

Załącznik do uchwały Nr ...../...../12  
Zarządu Województwa Mazowieckiego  
z dnia ..... 2012 r.

**Zbiorczy plan działań  
promocyjnych w kraju i zagranicą  
podejmowanych przez  
Samorząd Województwa Mazowieckiego  
na 2012 rok**

**Mazowsze.**  
serce Polski



## **Spis treści:**

1. Wstęp
2. Podstawy opracowania zbiorczego planu działań promocyjnych
3. Cele działań promocyjnych
4. Zakres działań promocyjnych
5. Harmonogram realizacji działań promocyjnych
6. Statystyka opracowania planu
7. Załączniki

## 1. Wstęp

Zbiórca plan działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2012 rok zwany dalej *Zbiórczym planem działań*, został opracowany przy współpracy z komórkami organizacyjnymi Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, a za ich pośrednictwem również przy współpracy z wojewódzkimi samorządowymi jednostkami organizacyjnymi.

Zbiórca plan działań jest dokumentem, którego celem jest ułatwienie monitorowania działań promocyjnych realizowanych w zakresie budowania spójnego wizerunku Mazowsza, a tym samym zapewnienia ich synergii i zgodności z zapisami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego oraz Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

Podmiotem odpowiedzialnym za opracowanie i monitorowanie realizacji działań przedstawionych w zbiórczym planie działań jest Biuro Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego.

Procedura związana z opracowywaniem i monitorowaniem realizacji zbiórczego planu działań została szczegółowo opisana w *Zintegrowanym Systemie Zarządzania*, w procesie *Upowszechnianie kultury i promocja województwa*; podprocesie *Zarządzanie Marką Mazowsze*.

## 2. Podstawy opracowania zbiórczego planu działań promocyjnych

Zbiórca plan działań promocyjnych został opracowany w oparciu o zapisy następujących dokumentów:

- ✓ Uchwała Nr 50/08 Sejmiku Województwa Mazowieckiego z 31 marca 2008 r. w sprawie przyjęcia dokumentu pn. „Strategia Promocji Województwa Mazowieckiego”,
- ✓ Uchwała Nr 141/209/09 Zarządu Województwa Mazowieckiego z 20 stycznia 2009 r. w sprawie przyjęcia „Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze”,
- ✓ Zintegrowany System Zarządzania – Księga Zarządzania Procesami – Procesy planowania i realizacji usług – Upowszechnianie kultury i promocja województwa – Zarządzanie Marką Mazowsze – Opracowywanie i monitorowanie realizacji zbiórczego planu działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego (KZSZ-5-U-2.2.1/KP).

### 3. Cele działań promocyjnych

Działania promocyjne w kraju i zagranicą podejmowane przez Samorząd Województwa Mazowieckiego mają na celu wykreowanie marki regionu i nadanie mu wyraźnego wizerunku postrzeganego jako zwartej, jednolitej całości.

Niezwykle ważne jest dążenie do osiągnięcia rekomendowanej w dokumencie *Strategia Promocji Województwa Mazowieckiego* pozycji „marki -parasola”, która dawałaby silną gwarancję marki wszystkim działaniom promocyjnym regionu.

Narzędziem pomocnym w osiągnięciu tych celów jest *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*. Siłę tego narzędzia powinna stanowić obligatoryjność dla wszystkich komórek organizacyjnych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, samorządowych jednostek organizacyjnych, spółek z udziałem Samorządu Województwa Mazowieckiego a także współpracujących w różnej formie i zakresie podmiotów zewnętrznych.

Decydujący wpływ na osiągnięcie założonych celów i uzyskanie mierzalnych efektów podejmowanych działań promocyjnych ma postępowanie zgodne z założeniami *Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego* oraz *Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*, a o szansie jego powodzenia stanowi wyłącznie wspólne działanie wszystkich podmiotów, od których oczekuje się kooperacji w tym zakresie.

Dla zapewnienia prawidłowości działań promocyjnych w kontekście zgodności z ww. dokumentami konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, do zadań którego należy prowadzenie spraw w zakresie uzgadniania projektów graficznych materiałów promocyjnych i projektów stoisk wystawienniczych, a także spraw w zakresie monitorowania i zatwierdzania działań promocyjnych podejmowanych przez komórki organizacyjne Urzędu.

W celu zwiększenia efektu promocyjnego rekomendowany jest także kontakt z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego, zarówno przed rozpoczęciem realizacji danego działania, jak też po jego zakończeniu (możliwość zamieszczania informacji na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl), w Kronice Mazowieckiej, itp.), zwłaszcza w przypadku ważnych przedsięwzięć, których nagłośnienie może służyć promowaniu regionu.

Podniesieniu efektu promocyjnego mogą również służyć materiały wystawiennicze, tj. roll-upy, banery, zdjęcia promujące walory Mazowsza, sztalugi, które pozostają w dyspozycji Biura Marki i Wizerunku i mogą być wypożyczane na życzenie podmiotów realizujących działania promocyjne.

#### **4. Zakres działań promocyjnych**

Działania ujęte w zbiorczym planie działań promocyjnych są bardzo różnorodne, ciekawe i pozwalają w wieloraki sposób promować Mazowsze w każdej dziedzinie jego działalności.

Szczegółowy opis działań promocyjnych na 2012 rok zaproponowanych przez komórki organizacyjne Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego z uwzględnieniem nadzorowanych przez nie samorządowych jednostek organizacyjnych, przedstawia Załącznik Nr 1.

#### **5. Harmonogram realizacji działań promocyjnych**

Harmonogram działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2012 rok, przedstawia Załącznik Nr 2.

#### **6. Statystyka opracowania planu**

Statystyka opracowania planu zawiera ogólne zestawienie liczbowe na temat podmiotów uwzględnionych w zbiorczym planie działań promocyjnych oraz zgłoszonych zamierzeń co do jego realizacji. Statystyka została przedstawiona w Załączniku Nr 3.

#### **7. Załączniki**

- ✓ Załącznik Nr 1:  
Tabela - Zbiorczy plan działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2012 rok,
- ✓ Załącznik Nr 2:  
Harmonogram działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2012 rok,
- ✓ Załącznik Nr 3:  
Statystyka opracowania planu działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2012 rok.

**SZCZEGÓŁOWY OPIS DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W KRAJU I ZAGRANICĄ PODEJMOWANYCH PRZEZ SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO  
NA 2012 ROK**

<b>1</b>	<b>Kancelaria Marszałka</b>	8.5	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu
<b>2</b>	<b>Kancelaria Sejmiku</b>	8.6	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie
2.1	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	8.7	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie
<b>3</b>	<b>Departament Organizacji</b>	8.8	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>4</b>	<b>Departament Zdrowia</b>	8.9	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie
4.1	Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr. Józefa Psarskiego w Ostrołęce	8.10	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce
4.2	Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie	8.11	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie
4.3	Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	8.12	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu
4.4	Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny w Warszawie	8.13	Muzeum Mazowieckie w Płocku
4.5	Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku	8.14	Muzeum Niepodległości w Warszawie
4.6	Wojewódzki Szpital Zakaźny w Warszawie	8.15	Muzeum Regionalne w Siedlcach
4.7	Samodzielny Specjalistyczny Zespół Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Dr. Teodora Dunina w Rudce	8.16	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze
4.8	Szpital Dziecięcy im. Prof. Med. Jana Bogdanowicza SPZOZ	8.17	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
4.9	Centrum Lecznico-Rehabilitacyjne i Medycyny Pracy "ATTIS" - SPZOZ	8.18	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie
4.10	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	8.19	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu
4.11	Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej	8.20	Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu
4.12	SPZOZ "RM-MEDITRANS" Siedlce	8.21	Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie
4.13	Wojewódzki Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Prof. Eugeniusza Wilczkowskiego w Gostyninie	8.22	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie
4.14	Międzyleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie	8.23	Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie
<b>5</b>	<b>Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich</b>	8.24	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku
<b>6</b>	<b>Departament Środowiska</b>	8.25	Teatr Polski w Warszawie
6.1	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	8.26	Państwowy Zespół Ludowy Pieśni i Tańca "MAZOWSZE" im. Tadeusza Sygietyńskiego
<b>7</b>	<b>Departament Oplat Środowiskowych</b>	8.27	Warszawska Opera Kameralna
<b>8</b>	<b>Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>	<b>9</b>	<b>Departament Edukacji Publicznej i Sportu</b>
8.1	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	9.1	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie
8.2	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	9.2	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie
8.3	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	<b>10</b>	<b>Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego</b>
8.4	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	10.1	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie
		10.2	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych w Warszawie
		<b>11</b>	<b>Departament Geodezji i Kartografii</b>

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>(1) Kancelaria Marszałka</b>					
1a	Kancelaria Marszałka	Summer Fest - wydarzenie kulturalno-promocyjne	<p><u>Przed wydarzeniem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wysyłka 3000 personalizowanych zaproszeń,</li> <li>- promocja wydarzenia poprzez mailing oraz na stronie <a href="http://www.polishregions.eu">www.polishregions.eu</a> i stronach współorganizatora,</li> </ul> <p><u>W trakcie wydarzenia:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> <li>- program artystyczno-kulturalny artystów z Mazowsza,</li> </ul> <p><u>Po konferencji:</u></p> <p>Relacja na stronach <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>, <a href="http://www.polishregions.eu">www.polishregions.eu</a> oraz na stronach współorganizatora.</p>	<p>Celem wydarzenia jest zbliżanie, integracja i zacieśnianie relacji z niemieckim regionem Saksonii-Anhalt poprzez pogłębianie współpracy na polu kulturalnym oraz promocja tej współpracy oraz samych gospodarzy imprezy, wśród jej gości. Goście wydarzenia wywodziliby się z Ambasad narodowych, Komisji Europejskiej, Stałych Przedstawicielstw w Brukseli, Parlamentu Europejskiego, Przedstawicielstw Regionalnych, organizacji w których zrzeszone jest Mazowsze i Saksonia, organizacji lobbingowych itp.</p>	II połowa 2012 r. Bruksela
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wydarzenie Summer Fest odbędzie się we współpracy z przedstawicielstwem Saksonii-Anhalt w Brukseli. Będzie to wydarzenie kulturalno-artystyczne, służące promocji organizatorów oraz pogłębianiu i promocji ich współpracy w Brukseli. Goście gospodarzy wywodziliby się z Ambasad narodowych, Komisji Europejskiej, Stałych Przedstawicielstw w Brukseli, Parlamentu Europejskiego, Przedstawicielstw Regionalnych, organizacji w których zrzeszone jest Mazowsze i Saksonia np. NEREUS, ECRN, Purple, organizacji lobbingowych, misji katolickich, firm itp. Impreza planowana jest w siedzibie Reprezentacji Regionu Saksonia-Anhalt w Brukseli z uczestnictwem Marszałka Województwa Mazowieckiego oraz Premiera Saksonii-Anhalt. Obie strony zostaną zobowiązane do zapewnienia wkładu kulturalnego w postaci zespołu muzycznego z regionu oraz do zapewnienia cateringu w postaci specjalów regionalnych dla gości imprezy. Natomiast wcześniej, przed imprezą, doszłoby do spotkania najwyższych przedstawicieli regionów tj. Marszałka Województwa Mazowieckiego oraz Premiera Saksonii-Anhalt, podczas którego zostałyby omówione aktualne oraz przyszłe aspekty współpracy. Uczestnicy: 900 osób</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
1b	Kancelaria Marszałka	10-lecie Biura Przedstawicielskiego Województwa Mazowieckiego w Brukseli - Uroczysta recepcja.	<p><u>Przed wydarzeniem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wysyłka ok. 70 personalizowanych zaproszeń,</li> <li>- promocja wydarzenia na stronie www.polishregions.eu</li> </ul> <p><u>W trakcie wydarzenia:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> <li>- materiały promocyjne dla gości recepcji w postaci papierowych toreb z logo Mazowsza (SIW MM), w których znajdować się będą publikacje turystyczne o Mazowszu, długopisy, pamięć USB itp.</li> </ul> <p><u>Po recepcji:</u></p> <p>Relacja na stronach www.mazovia.pl oraz www.polishregions.eu.</p>	Celem jest uczczenie 10. rocznicy obecności Województwa Mazowieckiego w Brukseli, promocja województwa w Brukseli oraz zacieśnianie relacji z najważniejszymi partnerami i kontaktami województwa w Brukseli, pochodzących z Komisji Europejskiej, Komitetu Regionów, Ambasady RP w Królestwie Belgii, Stałego Przedstawicielstwa RP w Brukseli, Parlamentu Europejskiego, Radzie Unii Europejskiej, Przedstawicielstw Regionalnych w Brukseli partnerów polskich i zagranicznych, przedstawicieli sieci, w których zrzeszone jest Mazowsze (Nereus, Purple, ECRN), przedstawicieli Europejskiej Partii Ludowej (EPP), przedstawicieli Rządu RP, przedstawicieli kultury oraz biznesu.	II połowa 2012 r. Bruksela
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wydarzenie kierowane jest do wąskiej, starannie wyselekcjonowanej grupy osób i ma służyć zacieśnianiu najważniejszych kontaktów Województwa Mazowieckiego w Brukseli w celu efektywnego działania i osiągnięcia założonych priorytetów przez Biuro w Brukseli. Recepcja miałaby się odbyć w Biurze Województwa Mazowieckiego w Brukseli przy udziale około 70 gości, podczas której będzie można spróbować regionalnych specjałów z Mazowsza. Ze strony Województwa Mazowieckiego przewiduje się udział Marszałka Województwa Mazowieckiego. Uczestnicy: 70 osób					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</p>					
1c	Kancelaria Marszałka	Forum Regionów Polski i Rosji	<p>W trakcie Forum:</p> <p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach,</p> <p>Prezentacja publikacji o potencjale kulturalnym i inwestycyjnym Mazowsza</p> <p>Mazowieckie gadżety</p> <p>Po Forum:</p> <p>Relacja na stronie www.mazovia.pl</p>	Promocja kulturalno-gospodarcza Mazowsza	maj 2012 r. Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Forum Regionów Polski i Rosji jest imprezą cykliczną, odbywa się rokrocznie na przemian w każdym z krajów. Organizatorami Forum są Senat RP i Rada Federacji Rosji. W 2012 r. Forum odbędzie się w Polsce. Będzie to już kolejna IV edycja. W Forum uczestniczą przedstawiciele Senatu RP, Rady Federacji Rosji, regionów Polski i Rosji, urzędów centralnych. W ramach Forum odbywa się posiedzenie plenarne oraz tematyczne panele dyskusyjne. Forum ma na celu ożywienie współpracy między regionami Polski i Rosji. Podczas Forum odbywają się dwustronne spotkania współpracujących ze sobą regionów. Na zakończenie Forum przyznawana jest nagroda Marszałka Senatu RP i Przewodniczącego Rady Federacji Rosji „Ku spotkaniu”.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</p>					
1d	Kancelaria Marszałka	Obchody 10-lecia współpracy województwa mazowieckiego z Krajem Związkowym Brandenburgii (Niemcy)	Mazowieckie gadżety Bannery, roll-upy Prezentacja publikacji o potencjale kulturalnym i inwestycyjnym Mazowsza	Promocja kulturalno-gospodarcza Mazowsza	październik 2012 r. Zamek Genshagen pod Berlinem, Niemcy
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Kraj Związkowy Brandenburgia to jeden z 2 niemieckich regionów partnerskich Województwa Mazowieckiego, aktywny m.in. w obszarze innowacyjności i nowoczesnych technologii, ochrony środowiska, ochrony zdrowia, kultury. W 2006 roku współpraca ta została wzbogacona o 3-stronne kontakty województwa mazowieckiego, Brandenburgii i Regionu Ile-de-France w ramach podpisanej 3 maja 2006 r. Wspólnej Deklaracji o Współpracy między województwem mazowieckim, Regionem Ile-de-France i Krajem Związkowym Brandenburgia. W październiku 2012 roku minie dziesięć lat współpracy z Brandenburgią.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</p>					
1e	Kancelaria Marszałka	Branżowe spotkania informacyjne z udziałem mazowieckich przedsiębiorców z wybranej branży przy udziale Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB)	Raporty branżowe pozyskane z WPHI oraz zakupione ze środków w ramach poddziałania 6.2.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) oraz drukowane materiały promujące bezpłatne usługi Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE)	przekazanie przedsiębiorcom-eksporterom wiedzy na temat potencjału importowego danej branży oraz trendów rozwoju branży na rynkach zagranicznych	5 spotkań branżowych w każdym kwartale roku 2012 (III-kwartał - 2 spotkania)
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>W roku 2012 proponujemy kontynuację zadania z roku 2011, polegającego na organizacji spotkań z przedsiębiorcami reprezentującymi daną branżę. W spotkaniach oprócz mazowieckich przedsiębiorców, udział biorą Instytucje Otoczenia Biznesu tj.: Izby Handlowe, Stowarzyszenia Eksporterów Polskich, BGK, KUKE, KIG, BCC etc. Celem działań jest promocja Projektu 6.2.1 PO IG zarówno wśród przedsiębiorców jak i instytucji otoczenia biznesu oraz wykorzystanie wymienionych instytucji jako platformy do dalszej dystrybucji informacji i promocji Projektu. Zaplanowano zorganizowanie informacyjnych spotkań branżowych dla mazowieckich producentów i usługodawców, którzy w obszarze działań eksportowych napotykają podobne bariery. Opracowane przez prowadzącego zagadnienia - casey, będą wyjaśniały potencjalne niepowodzenia w wejściu na dany rynek, bądź wskazywały pożądane zachowania w kontaktach z poszczególnymi importerami. Aby osiągnąć cel ważnym elementem jest zidentyfikowanie specyfiki zgłaszanej się branży, jej trendów rozwoju na rynkach zagranicznych oraz dobór właściwego prelegenta. Działanie to skierowane jest do wszystkich mazowieckich producentów i usługodawców, zainteresowanych danym rynkiem (grupą geograficzną), spośród których wyłonione zostaną branże, a następnie zorganizowane zostaną informacyjne spotkania branżowe. Wstępnie można wymienić branżę spożywczą, budowlaną, meblarską i przemysłową. Jendakże, informacyjne spotkania branżowe nie wykluczają możliwości objęcia swoją tematyką innych branż, których przedstawiciele będą zainteresowani usługami świadczonymi w ramach Projektu 6.2.1 PO IG</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</p>					
1f	Kancelaria Marszałka	Targi inwestycyjne MIPIM	<p>Drukowane materiały promocyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- „Raport atrakcyjności inwestycyjnej województwa mazowieckiego wraz z oceną jego potencjału inwestycyjnego – wersja angielska”</li> <li>- „Przewodnik po Mazowszu”</li> <li>- „Oferty inwestycyjne”</li> </ul>	Promocja potencjału inwestycyjnego Województwa Mazowieckiego	6-9 marca 2012 r. Cannes, Francja
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Targi MIPIM w Cannes są jednym z największych wydarzeń w branży nieruchomości. Jest to wydarzenie międzynarodowe, a ilość uczestników przekracza 15 tys. odwiedzających. Ponieważ ekspert pro-biz nie uczestniczy w szkoleniach międzynarodowych, udział w takich targach jest dla niego bardzo cenną możliwością nawiązania kontaktów z firmami inwestycyjnymi. Dodatkowo w programie targów zawarty jest szereg konferencji, seminariów, dyskusji panelowych. Jest kolejna możliwość zaprezentowania swojego regionu czy wygłoszenia prelekcji na wcześniej umówiony temat.</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
1g	Kancelaria Marszałka	Targi Real Vienna	Drukowane materiały promocyjne: - „Raport atrakcyjności inwestycyjnej województwa mazowieckiego wraz z oceną jego potencjału inwestycyjnego – wersja angielska” - „Przewodnik po Mazowszu” - „Oferty inwestycyjne”	Promocja potencjału inwestycyjnego Województwa Mazowieckiego	23-24 maja 2012 r. Wiedeń Austria
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Real Vienna to branżowe targi nieruchomości, gdzie duży nacisk jest położony na Europę Środkowo-Wschodnią, jako dobrej lokalizacji na inwestycje. Tradycyjnie, jednym z wystawców jest WPHil w Wiedniu, co ułatwia w znacznym stopniu prowadzenie rozmów z firmami zagranicznymi na ich stoisku wystawienniczym, a także wygłoszenie prezentacji nt. atrakcyjności inwestycyjnej regionu i zaprezentowania jego potencjału. Ponieważ ekspert pro-biz nie uczestniczy w szkoleniach międzynarodowych, udział w takich targach jest dla niego cenną możliwością nawiązania nowych kontaktów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)					
1h	Kancelaria Marszałka	Targi Real Expo	Drukowane materiały promocyjne: - „Raport atrakcyjności inwestycyjnej województwa mazowieckiego wraz z oceną jego potencjału inwestycyjnego – wersja angielska” - „Przewodnik po Mazowszu” - „Oferty inwestycyjne”	Promocja potencjału inwestycyjnego Województwa Mazowieckiego	8-10 października 2012 r. Monachium, Niemcy
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Monachijskie Targi Expo Real to druga, po targach w Cannes, tak duża impreza branżowa w dziedzinie nieruchomości. W wydarzeniu bierze udział ponad 36 tys. odwiedzających ze wszystkich kontynentów. Jest to bardzo dobre miejsce to zaprezentowania potencjału inwestycyjnego regionu i spotkania się z partnerami zagranicznymi, którzy są zainteresowani inwestycjami na Mazowszu. Ponieważ ekspert pro-biz nie uczestniczy w szkoleniach międzynarodowych, udział w takich targach jest dla niego cenną możliwością nawiązania nowych kontaktów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
li	Kancelaria Marszałka	Międzynarodowe Targi Mebli FIM HABITAT	Drukowane materiały promujące bezpłatne usługi COIE. - Katalog Mazowieckich Produktów Eksportowych – Made in Mazovia. - „Przewodnik po Mazowszu”. - Przewodniki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego z serii: • For gourmets, what and where to eat; • For travelers, discover the beauty of Mazovian nature and architecture; • Mazovia for active people; Miniguidebook: Culture and historical monuments.	Promocja potencjału eksportowego województwa mazowieckiego	18-22 września 2012 r. Wenecja, Włochy
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Targi FIM HABITAT to profesjonalne targi o szerokim wachlarzu reprezentowanych branż, od meblowej po oświetleniową, posiadają również opinie imprezy prestiżowej. Skierowane są do producentów, dystrybutorów, właścicieli sklepów, projektantów wnętrz i innych profesjonalistów związanych z branżą meblową. Uzasadnieniem wyboru tychże targów jest fakt posiadania w bazie klientów COIE firm zainteresowanych udziałem w tej ekskluzywnej imprezie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)					
lj	Kancelaria Marszałka	Targi WorldFood / WorldFoodTech / Ingredients 2012 Międzynarodowe Targi Żywności, Napojów i Technologii /	Drukowane materiały promujące bezpłatne usługi COIE - Katalog Mazowieckich Produktów Eksportowych – Made in Mazovia. - „Przewodnik po Mazowszu”. - Przewodniki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego z serii: • For gourmets, what and where to eat; • For travelers, discover the beauty of Mazovian nature and architecture; • Mazovia for active people; • Miniguidebook: Culture and historical monuments.	Promocja potencjału eksportowego województwa mazowieckiego	6-9 listopada 2012 r. Ałmaty, Kazachstan
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Z uwagi na fakt, że mazowieccy eksporterzy to w głównej mierze przedsiębiorcy z sektora rolno-spożywczego oraz biorąc pod uwagę wyrażane przez nich zainteresowanie rynkami „wschodnimi”, zaplanowano udział w wystawie „World Food Kazakhstan 2012”. Wspomniana wystawa uznawana jest za jedno z najważniejszych wydarzeń sektora rolno-spożywczego i cieszy się zainteresowaniem wystawców z całego świata. W roku 2011 w targach tych wzięło udział ponad 230 firm z 32 krajów, w tym 22 firmy z Polski.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)					
1k	Kancelaria Marszałka	Konferencja jubileuszowa 2 lata COIE	Drukowane materiały promujące bezpłatne usługi COIE.- ulotka COIE	Promocja bezpłatnych usług COIE	listopad - grudzień 2012 r. Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
15 listopada 2012 r. miną 2 lata od inauguracji Centrum Obsługi Inwestora i Eksporterów w województwie mazowieckim, które powstało w ramach Projektu systemowego Ministra Gospodarki Poddziałanie 6.2.1 „Wsparcie dla sieci Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów” PO IG. Aby posumować dotychczasową działalność COIE, przedstawić dotychczasowe wyniki, osiągnięcia oraz zamierzenia dalszych aktywności, planowana jest konferencja z okazji 2 lat realizacji projektu. Wśród zaproszonych gości przewidywani są przedstawiciele władz samorządowych, ministerstw, instytucji otoczenia biznesu i prasy, ale przede wszystkim przedsiębiorcy mazowieccy, do których w pierwszej kolejności jest skierowany projekt. Przewidywana ilość uczestników to ok. 200 osób.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)					
<b>(2) Kancelaria Sejmiku</b>					
2a	Kancelaria Sejmiku	Nagroda Samorządu Województwa Mazowieckiego im. C. K. Norwida	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie www.mazovia.pl w zakładce <i>Nagroda im. C.K. Norwida</i>,</li> <li>- konferencja dotycząca wyłonienia nominowanych do Nagrody im. C. K. Norwida i laureata nagrody w kategorii "Dzieło Życia",</li> <li>- zaproszenia do ok. 500 osób,</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja banneru z logo Nagrody,</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie www. mazovia.pl oraz w zakładce <i>Nagroda im. C. K. Norwida</i>,</li> <li>- relacja z imprezy w Kronice Mazowieckiej,</li> <li>- ekspozycja ukazująca laureatów Nagrody i ich dokonania</li> </ul>	<p>Celem i ideą Nagrody im. Cypriana Kamila Norwida jest przede wszystkim ukazywanie i promocja wybitnych dzieł i artystów mazowieckich, przyczyniających się do wzrostu rangi naszego regionu na mapie kulturalnej Polski i Europy.</p>	26 września 2012 r. - Zamek Królewski w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Nagroda Samorządu Województwa Mazowieckiego im. Cypriana Kamila Norwida jest jednym z najbardziej prestiżowych wyróżnień za wybitne dzieło bądź kreację, przyznawana artystom tworzącym lub mieszkającym na Mazowszu. Nagrody przyznawane są w czterech kategoriach: muzyka, sztuki plastyczne, literatura i teatr. Obok tych nagród jest przyznawana nagroda specjalna "Dzieło życia", którą jest honorowany - za wybitne dzieła, kreacje lub za całokształt twórczości - artysta tworzący na obszarze województwa mazowieckiego. Ideą Nagrody jest promowanie, popularyzacja i upowszechnianie wybitnych artystów mazowieckich i ich dzieł. Prestiż i cel sprawiają, że Nagroda z roku na rok cieszy się coraz większą popularnością, sprzyjając tym samym promocji regionu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)					
<b>(2) Kancelaria Sejmiku</b>					
<b>(2.1) Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1a	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	XIII Mazowieckie Dni Rolnictwa i Mazowiecka Wystawa Zwierząt Hodowlanych W targach uczestniczy ok. 450 wystawców oraz ok. 30 tys. zwiedzających	<p>Przed targami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Oddziałach MODR, siedzibach Terenowych Zespołów Doradczych, w jednostkach samorządu terytorialnego, na słupach ogłoszeniowych na terenie Płońska, tablicach informacyjnych sołectw na terenie woj. mazowieckiego</li> <li>- Zaproszenia spersonalizowane skierowane do 600 osób i instytucji współpracujących z MODR</li> <li>- Strony internetowe MODR i współorganizatorów : Starostwo Powiatowe w Płońsku, Miasto Płońsk, Gmina Płońsk, Instytut Technologiczno- Przyrodniczy, Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewniej – POLSUS, Wojewódzki Związek Hodowców Koni, Mazowiecki Związek Hodowców Bydła i Producentów Mleka oraz Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka Region Oceny Parmiew, portale rolnicze</li> <li>- Na stronach internetowych patronów medialnych (Poradnik rolniczy, Agro Serwis, Top Agrar Polska, Tygodnik Rolniczy, Tygodnik Ciechanowski, Radio dla Ciebie, TVR Polska Telewizja, Press Płońszczak, Wirtualny Płońsk, Hodowla i Chów Bydła)</li> <li>- Banner na stronie www.modr.mazowsze.pl wraz z załącznikami do pobrania dla wystawców</li> </ul> <p>W trakcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na: plakatach i zaproszeniach, w wydawnictwach: Katalog Wystawców, Przewodnik po polu doświadczalnym, na tablicach.</li> <li>- Rozpowszechnianie wydawnictw: XIII Mazowieckie Dni Rolnictwa i Mazowiecka Wystawa Zwierząt Hodowlanych – Katalog Wystawców – 600 egz., Przewodnik po polu doświadczalnym – 2000 egz.</li> <li>- Banner na ul. Grunwaldzkiej i na ul. Sienkiewicza 11 w Płońsku</li> <li>- Tablice informacyjne na terenie Oddziału – szt. 2</li> <li>- Tablice informacyjne na stoiskach MODR</li> <li>- Tablice informujące o produkcie lokalnym</li> </ul> <p>Po targach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacje na portalach internetowych: www.modr.mazowsze.pl, Wirtualny Płońsk, Płońsk24, Extra Tygodnik Płońsk, Czas Płońska, www.mazovia.pl, www.mazowieckie.pl, portale rolnicze, portale współorganizatorów: Mazowiecki Związek Hodowców Bydła i Producentów Mleka oraz Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka, Polski Związek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bezpośrednia wymiana doświadczeń i informacji pomiędzy producentami rolnymi a przetwórcami, handlowcami, doradcami i instytucjami pracującymi na rzecz rolnictwa,</li> <li>- Upowszechnianie osiągnięć prac hodowlanych poprzez prezentację odmian i technologii upraw na polu doświadczalnym Ośrodka,</li> <li>- Szerzenie wiedzy i dobrych praktyk w rolnictwie i na obszarach wiejskich,</li> <li>- Popularyzacja technicznych i technologicznych nowości poprzez prezentację osiągnięć przemysłu rolno-spożywczego,</li> <li>- Prezentacja dorobku hodowlanego w zakresie produkcji zwierzęcej,</li> <li>- Zwiększanie konkurencyjności polskiego rolnictwa w UE.</li> </ul>	16-17 czerwca 2012 r. MODR O/Poświętne, Płońsk ul. H. Sienkiewicza 11

#### OPIS DZIAŁANIA

XIII MDR kierowane są do rolników, mieszkańców obszarów wiejskich, hodowców, producentów maszyn i środków produkcji rolnej, firm funkcjonujących w sektorze rolnym. W MDR uczestniczy corocznie ok. 450 wystawców oraz ok. 30 tys. zwiedzających. Targi mają ugruntowaną pozycję wśród wydarzeń promujących Mazowsze i szeroko rozumianą branżę rolniczą. Mazowieckie Dni Rolnictwa to największa w centralnej Polsce impreza rolnicza, która jest platformą wymiany doświadczeń i informacji dla szerokiego grona producentów rolnych, przetwórców, handlowców. W targach uczestniczą: minister lub przedstawiciele Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Marszałek Województwa Mazowieckiego, Wojewoda Mazowiecki, pracownicy instytutów naukowych, starostowie, wójtowie z terenu województwa mazowieckiego.

Głównym celem Mazowieckich Dni Rolnictwa i Wystawy Zwierząt Hodowlanych jest szerzenie wiedzy i dobrych praktyk w rolnictwie, wskazanie perspektyw rozwoju producentów rolnych, kierunków przemian na obszarach wiejskich oraz bezpośrednia wymiana opinii między jednostkami obsługującymi rolnictwo a odbiorcami usług.

#### Zakres:

- Wystawa maszyn i urządzeń do produkcji rolnej.
- Stoiska doradcze firm obsługujących rolnictwo.
- Mazowiecka Wystawa Zwierząt Hodowlanych (bydło mleczne, trzoda chlewna, kłacz hodowlane).
- Pole doświadczalne (20 ha) z Porejestrwym Doświadczalnictwem Odmianowym, kolekcją odmian roślin rolniczych, doświadczeniami ściślymi i zalecanymi technologiami uprawy.
- Stoiska poświęcone najbardziej aktualnej problematyce rolniczej m.in. możliwościom wsparcia finansowego projektów inwestycyjnych w gospodarstwach rolnych, kredytem i wykorzystaniu środków pomocowych na rozwój obszarów wiejskich.
- Popularyzacja możliwości finansowania projektów inwestycyjnych i warunków ich kredytowania oraz współfinansowania.
- Konkursy dla wystawców: Hit Targowy, Najlepsze stoisko, XVII Amatorskie Zawody w Powożeniu Zaprzęgami Parokonnymi, o tytuły czempionów w Mazowieckiej Wystawie Hodowlanej.

#### OCENA \*

Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					
2.1b	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	XIV Dzień Kukurydzy i Buraka Uczestniczy: ok. 90 wystawców oraz ok. 3000 producentów rolnych i mieszkańców Mazowsza	<p>Przed targami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Oddziałach MODR, siedzibach Terenowych Zespołów Doradczych, w jednostkach samorządu terytorialnego, na słupach ogłoszeniowych na terenie Płońska, tablicach informacyjnych sołectw na terenie woj. mazowieckiego- 500 egz.</li> <li>- Zaproszenia spersonalizowane skierowane do osób i instytucji współpracujących z MODR – 350 egz.</li> <li>- Strony internetowe: MODR, Starostwo Powiatowe w Płońsku, Miasto Płońsk, Gmina Płońsk</li> <li>- Banner na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> wraz z załącznikami do pobrania dla wystawców</li> </ul> <p>W trakcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na: plakatach i zaproszeniach, w gazecie targowej</li> <li>- Banner na ul. Sienkiewicza 11</li> <li>- Wywiady dla TVR</li> <li>- Tablice informacyjne na terenie Oddziału – szt. 2</li> <li>- Tablica z hasłem seminarium</li> <li>- rozpowszechnianie ulotek (charakterystyki odmian zbóż, kukurydzy, ziemniaka, buraka cukrowego)</li> <li>- rozpowszechnianie gazety targowej – 600 egz.</li> </ul> <p>Po targach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacje na portalach internetowych: <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a>, Wirtualny Płońsk, Płońsk24, Extra Tygodnik Płońsk, Czas Płońska, Miasto Płońsk, Gmina Płońsk.</li> <li>- Relacje w prasie: Poradnik Rolniczy, Agro Serwis, Top Agrar Polska, Tygodnik Rolniczy, Tygodnik Ciechanowski, Press Płońszczak, Wirtualny Płońsk, Wieś Mazowiecka, Hodowla i Chów Bydła, Ekstra Tygodnik Płońsk, Zagroda – Magazyn Ogólnopolski, Aerotechnika, Kronika Mazowiecka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bezpośrednia wymiana doświadczeń i informacji pomiędzy producentami rolnymi a przetwórcami, handlowcami, doradcami i instytucjami pracującymi na rzecz rolnictwa,</li> <li>- Upowszechnianie osiągnięć hodowców poprzez prezentację odmian i technologii upraw na polu doświadczalnym Ośrodka,</li> <li>- Szerzenie wiedzy i dobrych praktyk w rolnictwie i na obszarach wiejskich,</li> <li>- Popularyzacja technicznych i technologicznych nowości.</li> <li>- Prezentacja dorobku hodowlanego zakresie produkcji roślinnej</li> <li>- Zwiększanie konkurencyjności polskiego rolnictwa w UE.</li> </ul>	16 września 2012 r. MODR O/Poświętne, Płońsk ul. H. Sienkiewicza 11
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Dzień Kukurydzy i Buraka to impreza, w której uczestniczy ok. 90 wystawców i ok. 3000 zwiedzających. Wśród gości są przedstawiciele parlamentu, władz administracyjnych i samorządowych szczebla wojewódzkiego i lokalnego, przedstawiciele instytucji branżowych oraz rolnicy. Na polu doświadczalnym przeprowadzane są pokazy pracy nowoczesnych maszyn rolniczych. Zwiedzający mają możliwość oglądania poletek kukurydzy i buraka, na których stosuje się dokarmianie dolistne i nawożenie potasowe. Dokonuje się również porównania działania herbicydów w ochronie kukurydzy. Prezentowane są także poletka z sorgiem, konopiami włóknistymi, amarantusem oraz z roślinami energetycznymi. Na placu wystawowym promują się firmy z nowoczesnymi, maszynami i urządzeniami rolniczymi oraz ze środkami do produkcji rolniczej przeznaczone głównie dla producentów kukurydzy, buraka cukrowego, trzody chlewnej i bydła. Pracownicy Oddziału Poświętne MODR przygotowują stoiska z materiałami informacyjnymi i udzielają zainteresowanym fachowych porad. Informacjami służą również przedstawiciele agencji, banków oraz firm pracujących na rzecz rolnictwa i jego otoczenia. Przygotowywana jest również kolekcja snopków różnych odmian zbóż oraz bulw odmian ziemniaka zebranych z pola doświadczalnego.</p> <p style="text-align: center;">Zakres:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wystawa ciągników, maszyn i urządzeń oraz środków do produkcji rolnej, w tym nowe środki do produkcji zwierzęcej.</li> <li>- Wykłady pracowników instytutów naukowych lub przedstawicieli Ministerstwa Rolnictwa</li> <li>- Pole doświadczalne z kolekcją odmian buraka cukrowego i kukurydzy, doświadczeniami ścisłymi i zalecanymi technologiami uprawy. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pokazy pracy maszyn na polu doświadczalnym <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indywidualne doradztwo fachowe</li> <li>- Promocja produktów tradycyjnych</li> </ul> </li> <li>- Kiermasz kwiatów, krzewów i drzewek owocowych oraz rzemiosła</li> </ul> </li> </ul>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1c	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	VII Jesienny Jarmark „od pola do stołu” Uczestnicy: ok. 70 wystawców i ok.2000 mieszkańców regionu Północnego Mazowsza	<p>Przed Jesiennym Jarmarkiem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Oddziałach MODR, siedzibach Terenowych Zespołów Doradczych, w jednostkach samorządu terytorialnego, na słupach ogłoszeniowych na terenie Płońska, tablicach informacyjnych sołectw na terenie woj. mazowieckiego - 300 egz.</li> <li>- zaproszenia spersonalizowane skierowane do osób i instytucji współpracujących z MODR – 300 egz.</li> <li>- gazeta targowa – 300 egz.</li> <li>- strony internetowe: MODR, Starostwo Powiatowe w Płońsku, Miasto Płońsk, Gmina Płońsk, Wirtualny Płońsk, Portal Dobrze Poinformowanych</li> <li>- Banner na stronie www.modr.mazowsze.pl wraz z załącznikami do pobrania dla wystawców</li> </ul> <p>W trakcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na: plakatach i zaproszeniach, gazecie targowej, bannerach.</li> <li>- Banner na ul. Sienkiewicza 11</li> <li>- Tablice informacyjne na terenie Oddziału – szt. 2</li> <li>- Tablica z hasłem seminarium</li> </ul> <p>Po Jarmarku:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacje na portalach internetowych: www.modr.mazowsze.pl Wirtualny Płońsk, Płońsk24, Extra -Tygodnik Płońsk, Czas Płońska, Miasto Płońsk, Gmina Płońsk.</li> <li>- Relacje w prasie: Tygodnik Ciechanowski, Press Płońszczak, Tygodnik Wirtualny Płońsk, Wieś Mazowiecka, Ekstra Tygodnik Płońsk, Kronika Mazowiecka</li> <li>- Wystawa fotografii w siedzibie Oddziału</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocja dziedzictwa kulturowego mazowieckiej wsi poprzez Przegląd Ludowych Zespołów Artystycznych, pokazy starych zawodów, rękodzieła i sztuki ludowej, obrzędów i tradycji</li> <li>- Prezentacja różnych form przedsiębiorczości wiejskiej.</li> <li>- Promocja produktów ekologicznych i tradycyjnych,</li> <li>- Prezentacja działalności Kół Gospodyń Wiejskich oraz Klubów 4-H</li> <li>- Pokaz działalności małych firm rodzinnych takich jak gospodarstwa agroturystyczne lub przetwarzające lokalną żywność</li> <li>- Prezentacja działalności stowarzyszeń, samorządów lokalnych</li> </ul>	30 września 2012 r. MODR O/Poświętne, Płońsk ul. H. Sienkiewicza 11

#### OPIS DZIAŁANIA

Zakres Jesiennego Jarmarku od pola do stołu obejmuje:

1. konferencja dotycząca rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Mazowsza, skierowana do mieszkańców obszarów wiejskich: rolników, przedsiębiorców, przedstawicieli władz lokalnych, organizacji pozarządowych z terenu Mazowsza. W konferencji planujemy udział m.in. przedstawicieli Ministerstwa Rolnictwa, Mazowieckiego Urzędu Marszałkowskiego. SGGW.
2. Podsumowanie konkursów: - Nasze kulinarne dziedzictwo – smaki regionów, - Najlepsze gospodarstwo agroturystyczne w woj. mazowieckim, - Agroliga
3. III Przegląd Ludowych Zespołów Artystycznych – udział min. 10 zespołów
4. Prezentacja i degustacja potraw tradycyjnych dla ok. 300 osób - uczestników konferencji, gości zaproszonych, laureatów konkursów oraz
5. Prezentacja różnych form przedsiębiorczości wiejskiej z terenu Mazowsza w formie stoisk wystawienniczych – udział ok. 70 wystawców.

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1d	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	XX Olimpiada Młodych Producentów Rolnych Uczestnicy: młodzi rolnicy z powiatów: płońskiego, ciechanowskiego, mławskiego, pułtuskiego i żuromińskiego	Przed olimpiadą : - Zaproszenia dla uczestników i gości - Informacja o Olimpiadzie na stronie internetowej i w prasie lokalnej W trakcie: - Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicy z hasłem na sali wykładowej, na zaproszeniach Po olimpiadzie: - Relacja na stronie www.modr.mazowsze.pl , w prasie: Płończak Press, Tygodnik Ciechanowski oraz we Wsi Mazowieckiej - Wystawa fotografii w Centrum Edukacyjno - Konferencyjnym	- Popularyzacja osiągnięć nauki i praktyki rolniczej - Rozbudzenie ambicji dalszego doskonalenia zawodowego - Rozwijanie twórczych zainteresowań wśród młodych rolników - Wymiana doświadczeń, poglądów	6 grudnia 2012 r. MODR O/Poświętne, Płoński ul. H. Sienkiewicza 11
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Uczestnikami Olimpiady są młodzi rolnicy prowadzący gospodarstwa rolne samodzielnie lub wspólnie z rodzicami, którzy zgłoszą się osobiście lub zostaną wytypowani przez specjalistów ds. doradztwa rolniczego. W Olimpiadzie uczestniczy z reguły ok. 80 osób. Olimpiada przebiegać będzie w 2 etapach. I etap – test pisemny, II etap – finał ustny. Pytania do testu i finału ustnego opracowują specjaliści Oddział Poświętne. Pięć osób z największą liczbą punktów z testu przechodzi do finału ustnego. Liczba uzyskanych punktów w finale decyduje o kolejności miejsc. Nad prawidłowym przebiegiem olimpiady czuwa komisja powołana przez dyrektora Oddziału. Laureaci otrzymują nagrody ufundowane przez MODR i Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego, pozostali uczestnicy otrzymują nagrody pocieszenia. W trakcie olimpiady odbywa się wykład z najbardziej aktualnych zagadnień w rolnictwie.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1e	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	XIX Mazowieckie Targi Rolne i Przedsiębiorczości Uczestnicy: ok. 100 wystawców i ok. 5 tys. zwiedzających z terenu Mazowsza.	Przed imprezą: - Plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego, na tablicach w sołectwach powiatu sochaczewskiego, żyrdowskiego i grodziskiego. - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 200 osób. - Strona internetowa MODR – informacja o imprezie, karta zgłoszenia. W trakcie imprezy: - Prezentacja i degustacja potraw tradycyjnych i regionalnych dla 200 osób. - Konkursy: rysunkowy dla dzieci „Wakacje na wsi” oraz „Najlepszy produkt tradycyjny i regionalny”. - punkty konsultacyjne, w którym będą udzielane informacje nt. programów rolnośrodowiskowych na Mazowszu, technologii produkcji, ekonomiki, agroturystyki. - wystawa i kiermasz wydawnictw MODR. Po imprezie: - Relacja na stronie www.modr.mazowsze.pl i w miesięczniku „Wiś Mazowiecka”	Celem imprezy targowo-wystawienniczej jest zaprezentowanie bogatego asortymentu środków do produkcji rolnej zarówno rolnikom, działkowcom, drobnym przedsiębiorcom, doradcom, przedstawicielom firm i szeroko pojętej społeczności lokalnej. Targi to nie tylko możliwość promocji towarów i usług, ale również okazja do wymiany doświadczeń, zasięgania opinii i porad.	29 kwietnia 2012 r. Sochaczew
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza targowo-wystawiennicza skierowana do rolników, wystawców, producentów, przedsiębiorców, działkowców oraz mieszkańców miast i gmin z terenu Mazowsza. Odbывается pod patronatem Marszałka Województwa Mazowieckiego i Wojewody Mazowieckiego. Do wzięcia udziału w imprezie zostaną zaproszeni: Marszałek Województwa Mazowieckiego, Wojewoda Mazowiecki, parlamentarzyści z naszego Mazowsza, przedstawiciele jednostek samorządowych na szczeblu powiatowym i gminnym. W ramach imprezy zaplanowane są wystąpienia zaproszonych gości i organizatorów. Jest to forma promocji i okazja do wymiany doświadczeń wśród uczestników imprezy. W trakcie imprezy odbywać się będą konkursy i występy artystyczne lokalnych zespołów dziecięcych i ludowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1f	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	IV Festiwal Miodu Ziemi Sochaczewskiej „W słońcu Mazowsza” Uczestnicy: około 50 firm i ok. 3 tys. zwiedzających	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego, na tablicach w sołectwach powiatu sochaczewskiego</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób.</li> <li>- Strona internetowa MODR – informacja o imprezie.</li> <li>- Organizacja konkursu ”Miodowe przysmaki Ziemi Sochaczewskiej”</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rozstrzygnięcie konkursu ”Miodowe przysmaki Ziemi Sochaczewskiej”;</li> <li>- punkty konsultacyjne, w którym będą udzielane informacje nt. programów rolnośrodowiskowych na Mazowszu, pszczelarstwa, technologii produkcji, ekonomiki, agroturystyki;</li> <li>- wystawa i kiermasz wydawnictw MODR.</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie www.modr.mazowsze.pl i w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”.</li> <li>- Relacja w prasie lokalnej – patronaty medialne.</li> </ul>	Impreza o charakterze edukacyjnym, wystawienniczym i handlowym. Celem organizacji imprezy jest zwrócenie uwagi na znaczenie pszczół w środowisku i rolę produktów pszczelich, promowanie lokalnych pszczelarzy, wymiana doświadczeń, zasięganie opinii i porad dot. pszczelarstwa i rolnictwa	4 września 2012 r. Brochów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Impreza o charakterze edukacyjnym, wystawienniczym i handlowym skierowana do pszczelarzy i rolników głównie z terenu pow. sochaczewskiego. Do wzięcia udziału w imprezie zostaną zaproszeni parlamentarzyści, przedstawiciele samorządu, pszczelarze, rolnicy i szeroko pojęta społeczność Ziemi Sochaczewskiej. Zaplanowane są wystąpienia zaproszonych gości. Przed imprezą zostanie ogłoszony konkurs „Miodowe przysmaki Ziemi Sochaczewskiej”. Rozstrzygnięcie konkursu i wręczenie nagród nastąpi podczas imprezy. Zaprezentują się instytucje i firmy działające na rzecz rolnictwa na naszym terenie oraz zespoły artystyczne.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1g	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	XIV Dni Kukurydzy Województw Mazowieckiego i Łódzkiego oraz Ogólnopolska Prezentacja Odmian Kukurydzy Uczestnicy: około 130 firm i ok.10 tys. zwiedzających	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjnych umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego woj. mazowieckiego i łódzkiego</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób.</li> <li>- Ogłoszenia w prasie, radiu i telewizji</li> <li>- Strona internetowa MODR – informacja o imprezie, karta zgłoszenia.</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rozstrzygnięcie konkursów: „Najładniejsza posesja w gminie Teresin”, Wiedzy rolniczej i dot. pokazów polowych.</li> <li>- Prezentacja i degustacja potraw tradycyjnych i regionalnych dla 60 osób.</li> <li>- punkty konsultacyjne, w którym będą udzielane informacje nt. technologii produkcji rolnej, programów rolnośrodowiskowych na Mazowszu , ekonomiki, agroturystyki;</li> <li>- wystawa i kiermasz wydawnictw MODR.</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie www.modr.mazowsze.pl i w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”..</li> </ul>	Celem imprezy jest propagowanie uprawy kukurydzy, prezentacja odmian kukurydzy, najnowszych technologii uprawy na kisonkę i na ziarno, wymiana doświadczeń.	7 października 2012 r Skrzelew, gm. Teresin

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza edukacyjno-targowo-wystawiennicza skierowana do rolników, wystawców, producentów, przedsiębiorców, działkowców oraz mieszkańców terenu woj. mazowieckiego i łódzkiego. Odbywa się pod patronatem: Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Prezesów: ARiMR, ARR, ANR, Polskiego Związku Producentów Roślin Zbożowych, Polskiego Związku Producentów Kukurydzy, Wojewodów i Marszałków woj. Mazowieckiego i Łódzkiego. Do wzięcia udziału w imprezie zostaną zaproszeni: patroni honorowi, parlamentarzyści z Mazowsza, przedstawiciele świata nauki, przedstawiciele jednostek samorządowych na szczeblu powiatowym i gminnym. W ramach imprezy zaplanowane są wystąpienia zaproszonych gości i organizatorów. Jest to forma promocji i okazja do wymiany doświadczeń wśród uczestników imprezy. W trakcie imprezy odbywać się będą konkursy i występy artystyczne lokalnych zespołów dziecięcych i ludowych.

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1h	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	„Dobre praktyki rolnicze w produkcji zwierzęcej zgodnie z ustawą o ochronie zwierząt” Uczestnicy: rolnicy z powiatów makowskiego, ostrołęckiego, ostrowskiego, przasnyskiego i wyszkowskiego, doradcy MODR, lekarze wet. Liczba uczestników – około 150 osób	Przed konferencją: - Zaproszenia personalizowane dla około 180 osób - Zaproszenia dla firm produkujących środki do produkcji rolnej - Informacja na stronie internetowej <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> - Informacja w miesięczniku „Wieś Mazowiecka” W trakcie konferencji: - Stoisko informacyjno-doradcze nt. PROW 2007-2013 i wymogów wzajemnej zgodności - Wystawa wydawnictw MODR - Prezentacja środków do produkcji rolnej przez firmy Po konferencji: - Relacja na stronie internetowej <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> - Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”	Upowszechnienie wiedzy na temat dobrych praktyk rolniczych w produkcji zwierzęcej spełniających wymogi wzajemnej zgodności oraz zapisów ustawy o ochronie zwierząt	28 marca 2012 r. Ostrołęka, ul. Gorbatowa 15
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja oddziałowa skierowana do rolników, doradców i lekarzy weterynarii z terenu powiatów: makowskiego, ostrołęckiego, ostrowskiego, przasnyskiego i wyszkowskiego przybliżająca uczestnikom konieczność spełnienia w gospodarstwach wymogów ustawy o ochronie zwierząt, wzajemnej zgodności, a od 2013 r dobrostanu zwierząt. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne przeprowadzone przez przedstawicieli Instytutu Technologiczno-Przyrodniczego w Falentach, a także prezentacje firm produkujących środki produkcji.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
2.1i	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych „Święto Mleka”, Płoniawy Bramura Uczestnicy: rolnicy i mieszkańcy obszarów wiejskich głównie powiatów: makowskiego, ostrołęckiego, przasnyskiego, ciechanowskiego, ostrowskiego, pułtuskiego. Okolo 4000 uczestników.	Przed imprezą: - Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych na wsi, itp. - Zaproszenia personalizowane – ok. 150 osób - Informacja w miesięczniku „Wieś Mazowiecka” i na stronie internetowej <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> W trakcie imprezy: - Wystawa i ocena zwierząt hodowlanych - Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego - Stoisko informacyjno-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej - Wręczenie pucharów i nagród dla laureatów Po imprezie: - Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. nowoczesnych technologii w rolnictwie ze szczególnym uwzględnieniem chowu bydła mlecznego.	Płoniawy Bramura, powiat makowski
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Impreza rolnicza skierowana do rolników z terenu powiatów makowskiego i sąsiednich oraz firm związanych z rolnictwem. W ramach imprezy planowana jest prezentacja najlepszych krów i cieląt z gospodarstw mających swoje stada pod kontrolą użyteczności mlecznej. Odbędzie się również profesjonalna ocena bydła z udziałem znanych sędziów w tym zakresie. Dla zwycięzców wystawy będą wręczone puchary i nagrody. Podczas imprezy MODR będzie prowadził fachowe doradztwo dla rolników i mieszkańców obszarów wiejskich głównie nt. PROW 2007-2013 oraz wystawę wydawnictw MODR.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					
2.1j	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	„Dni Kukurydzy” w Andrzejewie gm. Andrzejewo Uczestnicy: rolnicy głównie powiatu ostrowskiego. Około 2000 uczestników.	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych na wsi, itp.</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – ok. 100 osób</li> <li>- Informacja w miesięczniku „Wieś Mazowiecka” i na stronie internetowej <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentacja nowych odmian mieszańców kukurydzy</li> <li>- Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</li> <li>- Stoisko informacyjno-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej</li> <li>- Konkurs wiedzy rolniczej</li> <li>- Wręczenie nagród dla laureatów konkursu wiedzy rolniczej</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> <li>- Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”</li> </ul>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. nowoczesnych technologii w rolnictwie ze szczególnym uwzględnieniem uprawy kukurydzy jako podstawy przy chowie bydła. Promocja nowych odmian mieszańców kukurydzy	19 sierpnia 2012 r. Andrzejewo, pow. ostrowski
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Impreza rolnicza skierowana do rolników z terenu powiatów ostrowskiego i sąsiednich oraz firm związanych z rolnictwem. W ramach imprezy planowana jest prezentacja różnych odmian mieszańców kukurydzy. Prowadzone będzie fachowe doradztwo dotyczące uprawy kukurydzy oraz innych zagadnień rolniczych w tym działania PROW 2007-2013. Zorganizowana zostanie wystawa wydawnictw MODR. Podczas imprezy prowadzony będzie konkurs wiedzy rolniczej zakończony rozdaniem nagród.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.1k	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	„Targi Ekologiczne” w Ostrołęce Uczestnicy: mieszkańcy głównie miasta Ostrołęka i okolic. Około 4000 uczestników.	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych w mieście Ostrołęka, wioskach, itp.</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – ok. 200 osób</li> <li>- Zaproszenia dla wystawców – ok. 100 sztuk</li> <li>- Objazdowa reklama nagłaśniająca</li> <li>- Informacje nt. Targów w mediach ostrołęckich</li> <li>- Informacja w miesięczniku „Wieś Mazowiecka” i na stronie internetowej <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a>, Starostwa i UM Ostrołęka</li> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na plakatach i zaproszeniach</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wystawa produktów i przetworów ekologicznych oraz promocja gospodarstw ekologicznych</li> <li>- Promocja gospodarstw agroturystycznych kurpiowszczyzny</li> <li>- Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</li> <li>- Stoisko informacyjno-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej</li> <li>- Konkurs wiedzy ekologicznej</li> <li>- Wręczenie nagród dla laureatów konkursu wiedzy ekologicznej</li> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na nagrodach</li> <li>- Degustacja potraw ekologicznych i tradycyjnych</li> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sprawozdanie z VI Targów Ekologicznych</li> <li>- Relacja z Targów na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> i w mediach ostrołęckich</li> <li>- Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”</li> </ul>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. rolnictwa ekologicznego, przetwórstwa produktów ekologicznych, promocja gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych, promocja firm ‘EKO’	23 września 2012 r. Ostrołęka

#### OPIS DZIAŁANIA

Impreza „VI Targi Ekologiczne” o zasięgu regionalnym, skierowana będzie do mieszkańców miasta Ostrołęki i okolic. Organizowana przez MODR Oddział Ostrołęka przy udziale Starostwa Powiatowego w Ostrołęce i Urzędu Miasta Ostrołęki. Planuje się aby Patronat honorowy nad imprezą objął Marszałek Województwa Mazowieckiego i Wojewoda Mazowiecki. Głównym celem imprezy jest ożywienie rynku żywności ekologicznej w skali regionu poprzez promowanie żywności ekologicznej i produktów ekologicznych. W ramach VI Targów ekologicznych program przewiduje: promocję gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych, wystawę produktów ekologicznych, ofertę handlową i usługową firm działających na rzecz rolnictwa ekologicznego, kiermasz wydawnictw MODR, kiermasz ogrodnicy, miodów i innych produktów pszczelich, wyrobów rękodzieła artystycznego, stoisko informacyjno-doradcze MODR oraz konkurs ekologiczny dla dzieci. Całość imprezy urozmaicona będzie dźwiękami ludowej muzyki kurpiowskiej. Impreza daje możliwość rozszerzenia rynku ekologicznego poprzez bezpośrednie nawiązanie kontaktu mieszkańców miasta z gospodarstwami ekologicznymi, u których na stoiskach można poproszować i kupić produkty ekologiczne.

#### OCENA \*

##### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wtycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wtyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
2.11	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	Impreza targowo-wystawiennicza „XXI Gielda Rolnicza” na Mazowszu. Uczestnicy: ok. 150 wystawców i ok. 8-9 tys. zwiedzających z terenu Północnego Mazowsza.	Przed imprezą: - Plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego, na tablicach w sołectwach powiatu plockiego, sierpeckiego i gostyńskiego. - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 500 osób. - Ogłoszenia w prasie, radiu i TV. - Strona internetowa MODR – informacja o imprezie, karta zgłoszenia i regulamin. W trakcie imprezy: - Gazeta Targowa z logo Mazowsza. - Degustacja potraw tradycyjnych dla 200 osób. - Podsumowanie konkursów. Po imprezie: - Relacja na stronie www.modr.mazowsze.pl i w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”	Promocja i prezentacja nowości w technice rolniczej i technologii produkcji. Doradztwo technologiczne, rolnośrodowiskowe i ekonomiczne. Kiermasze drzew i krzewów, produktów ekologicznych, rękodzieła, rzemiosła artystycznego. Popularyzacja i promocja produktów tradycyjnych i regionalnych. Prezentacja walorów turystycznych północnego Mazowsza i oferta gospodarstw agroturystycznych. Konkursy i występy artystyczne.	27 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza targowo-wystawiennicza skierowana do rolników, wystawców, producentów, przedsiębiorców, działkowców oraz mieszkańców miast i gmin z terenu Mazowsza. W imprezie weźmie udział Wicepremier, Minister Gospodarki, Marszałek Województwa Mazowieckiego, Wojewoda Mazowiecki i Prezes Agencji Nieruchomości Rolnych. W ramach imprezy zaplanowane są wystąpienia zaproszonych gości i organizatorów. Jest to forma promocji i okazja do wymiany doświadczeń wśród uczestników imprezy. W trakcie imprezy odbywać się będą liczne konkursy i występy artystyczne lokalnych zespołów dziecięcych i ludowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.					
2.11	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	Wystawa rolnicza pn. „XIX Międzynarodowe Dni z Doradztwem Rolniczym” Uczestnicy: 50 tys. osób z terenu całego Mazowsza	Przed wystawą: - banery na kratownicach w mieście, - plakaty informacyjne w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, - zaproszenia personalne wysyłane do 700 osób, - plakaty na stronie www.modr.mazowsze.pl, - wydruk „Gazety Targowej” nakład 3000 egz. W trakcie wystawy: - kolportaż „Gazety Targowej” wśród uczestników i wystawców, - ekspozycja SIW MM na roll-upach (na scenie głównej), Po wystawie: - relacja na stronie www.modr.mazowsze.pl, - wystawa fotografii z imprezy w gablocie MODR O/Siedlce, - fotoreportaże w gazetach krajowych i lokalnych	Wystawa organizowana dla rolników, doradców rolnych i firm pracujących na rzecz rolnictwa, okazja do spotkania rolników z firmami produkcyjnymi, usługowymi, doradczymi, zapoznania się z ich ofertami i nowinkami technologicznymi, promocja produktów ekologicznych, tradycyjnych i regionalnych	8-9 września 2012 r. Siedlce
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Uczestnikami wystawy są firmy handlowe i usługowe pracujące na rzecz rolnictwa, drobni wytwórcy, wystawcy zwierząt hodowlanych i gospodarskich. Wystawa rolnicza w Siedlcach to również okazja by pokazać dorobek przeszłych pokoleń. Zwiedzający mają możliwość degustacji zdrowych i smacznych potraw regionalnych. Można też zakupić wyroby rękodzieła ludowego oraz zapoznać się z ofertą gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych. Międzynarodowe Dni z Doradztwem w Siedlcach to doskonała okazja do prezentacji osiągnięć Ziemi Siedleckiej i możliwości jej mieszkańców oraz do wymiany doświadczeń i nawiązania kontaktów gospodarczych i zagranicznych. W minionych latach gościliśmy delegacje zagraniczne z: Włoch, Francji, Ukrainy, Niemiec i Białorusi. W czasie wystawy zostanie przeprowadzonych i podsumowanych wiele konkursów ( m.in. „Najlepszy produkt ekologiczny”, „Najlepsze produkty tradycyjne Wschodniego Mazowsza”, „Piękna zagroda wizytówką wsi” ), a nagrodzone osoby i firmy otrzymają nagrody i puchary. Zwiedzającym umilać będą czas występy zespołów ludowych.</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					
2.1m	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	„Konkurs na najlepsze gospodarstwo ekologiczne”- V edycja	- plakaty promocyjne z logotypami województwa mazowieckiego; tabliczki grawerowane dla finalistów konkursu z logotypami województwa mazowieckiego oraz podpisami władz wojewódzkich	Celem konkursu jest promowanie idei rolnictwa ekologicznego	II i III kwartał 2012 r., teren województwa mazowieckiego
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Radomiu ogłasza Konkurs na Najlepsze gospodarstwo ekologiczne. Konkurs przebiega w dwóch etapach: wojewódzkim i krajowym, a gospodarstwa będą oceniane w dwóch kategoriach: „ekologia-środowisko” i „ekologiczne gospodarstwo towarowe” Etap wojewódzki organizuje Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					
2.1n	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	Konkurs: „Innowacyjne gospodarstwo agroturystyczne”	Przed konkursem informacja: - na szkoleniach statutowych MODR Warszawa - na stronie internetowej MODR Warszawa - w miesięczniku Wieś Mazowiecka Po konkursie: - wręczenie nagród rzeczowych, etapu wojewódzkiego na imprezie plenerowej, - relacja z przebiegu konkursu i opis zwycięskich gospodarstw na stronie internetowej MODR i we Wsi Mazowieckiej	Celem konkursu „Innowacyjne gospodarstwo agroturystyczne” jest popularyzacja najlepszych rozwiązań i najciekawszych sposobów prowadzenia działalności agroturystycznej na Mazowszu.	maj - sierpień 2012 r. teren Mazowsza
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Kolejna edycja konkursu Organizowana przez MODR dla rolników woj. mazowieckiego, którzy prowadzą gospodarstwa agroturystyczne. Przedstawiciele UM, MROT i MODR po lustracji wytypowanych gospodarstw wybiorą trzech laureatów ich ocenie najlepiej spełniających warunki konkursu. Uroczyste wręczenie nagród nastąpi na imprezie plenerowej. Konkurs poprzez rozpowszechnienie informacji o laureatach ma zarówno zachęcać rolników do podejmowania dodatkowej działalności a także zachęcić do doskonalenia usług już prowadzonych, jak i popularyzować usługi najbardziej - innowacyjnych gospodarstw wśród potencjalnych klientów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.					
2.1o	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	Katalog agroturystyczny: „Turystyka wiejska na Mazowszu”	Katalog będzie dostępny bezpłatnie na imprezach plenerowych organizowanych i współorganizowanych przez MODR	Celem wydania jest promocja gospodarstw agroturystycznych i obiektów turystyki wiejskiej wśród potencjalnych odbiorców	marzec – maj 2012 r. Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zaplanowano wydanie katalogu zawierającego bazę gospodarstw agroturystycznych oraz obiektów turystyki wiejskiej, które znajdują się na terenie Mazowsza. Katalog będzie dostępny bezpłatnie na imprezach plenerowych organizowanych i współorganizowanych przez MODR. Odbiorcami będą mieszkańcy Warszawy i osoby zwiedzające Mazowsze.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w katalogu. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
2.1p	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	"Agroliga 2012"	Tabliczki grawerowane dla finalistów konkursu z logotypami województwa mazowieckiego oraz podpisami władz wojewódzkich	Celem konkursu jest wyłonienie Mistrzów Krajowych AgroLigi 2012 w kategoriach: Rolnicy i Firmy	kwiecień – lipiec 2012 r., teren województwa mazowieckiego
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konkurs organizowany na szczeblu wojewódzkim przez Ośrodki Doradztwa Rolniczego, na szczeblu krajowym przez Redakcję Audycji Rolnych Programu 1 TVP S.A. we współpracy ze Stowarzyszeniem AgroBiznesKlub. Patronat Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Prezes ARiMR, Prezes ARR					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona www.mazovia.pl i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.</p>					
2.1r	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie	Odnawialne Źródła Energii – Konferencja Uczestnicy to rolnicy, Pracownicy samorządów, uczniowie szkół, doradcy	<p>Przed konferencją :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia spersonalizowane dla uczestników, gości i instytucji – 450 egz.</li> <li>- Informacja o konferencji na stronie internetowej www.modr.mazowsze.pl i współorganizatorów: POLBIOM, Mazowiecka Agencja Energetyczna, Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego</li> </ul> <p>W trakcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicy z hasłem na sali wykładowej, na materiałach konferencyjnych</li> </ul> <p>Po olimpiadzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja: na stronie www.modr.mazowsze.pl , w prasie: Płońszczak Press, Tygodnik Ciechanowski oraz we Wsi Mazowieckiej</li> <li>- Wystawa fotografii w Centrum Edukacyjno - Konferencyjnym</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentacja najnowszych osiągnięć nauki i praktyki zakresie odnawialnych źródeł energii</li> <li>- Prezentacja ekonomicznych uwarunkowań „zielonych” inwestycji</li> <li>- Propagowanie idei efektywności energetycznej</li> <li>- Wymiana doświadczeń, poglądów</li> </ul>	<p>listopad 2012 r. MODR O/Poświętne, Płońsk ul. H. Sienkiewicza 11</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konferencja odbywa się co roku w listopadzie odbędzie się po raz jedenasty, uczestniczy w niej ok. 150 osób. Skierowana jest do rolników i pracowników gmin i powiatów doradców oraz do szkół. Wykładowcami są pracownicy instytutów naukowych, uniwersytetów i innych uczelni wyższych, agendy rządowe, firmy które inwestujące i banki kredytujące inwestycje związane z odnawialnymi źródłami energii. Prezentowane są modelowe przykłady rozwiązań praktycznych związanych z odnawialnymi źródłami energii takie jak: elektrownie wiatrowe, wodne, biogazownie, pompy ciepłe, kolektory słoneczne, kotły na biomasę oraz uprawy roślin energetycznych.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(3) Departament Organizacji</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
3a	Departament Organizacji	Współpraca z organizacjami pozarządowymi	Kampania informacyjna: "Sam zdecyduj!Przekaż 1% na mazowieckie organizacje pozarządowe"(plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, konferencja prasowa, podstrona internetowa); prowadzenie strony internetowej poświęconej współpracy samorządu województwa Mazowieckiego z organizacjami pozarządowymi: www.dialog.mazovia.pl; organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych z przedstawicielami mazowieckich organizacji pozarządowych w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego w Warszawie oraz delegaturach Urzędu - promocja Roku Janusza Korczaka oraz Europejski Rok Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej; prowadzenie stałej rubryki poświęconej współpracy Samorządu Województwa z organizacjami pozarządowymi w Kronice Mazowieckiej; organizacja konkursu "Mazowieckie Barwy	Realizacja postanowień Roczno programu współpracy Samorządu Województwa Mazowieckiego z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami wymienionymi w art. 3 ust. 3 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie na 2012 rok, przyjętego uchwałą Nr 177/11 Sejmiku Województwa Mazowieckiego z dnia 21 listopada 2011 r. w części dotyczącej współpracy finansowej z organizacjami pozarządowymi, rozpowszechnienie wśród organizacji pozarządowych informacji	działania ciągłe

#### OPIS DZIAŁANIA

Współpraca o charakterze pozafinansowym zaplanowana w Rocznym programie współpracy Samorządu Województwa Mazowieckiego z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami wymienionymi w art. 3 ust. 3 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie na 2012 rok realizowana będzie poprzez wiele działań o charakterze promocyjnym: Kampania informacyjna, artykuły w Kronice Mazowieckiej i na stronie internetowej, plakaty, spotkania. Działania te mają na celu wymianę informacji pomiędzy samorządem województwa a organizacjami pozarządowymi, zwiększanie transparentności działań samorządu, promocję wśród mieszkańców Mazowsza działań o charakterze społecznym i wolontaryjnym.

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)

#### (4) Departament Zdrowia

#### (4.1) Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr. Józefa Psarskiego w Ostrołęce

4.1a	Samodzielny Zespół Publicznych	Badania profilaktyczne z zakresu chorób	Wykonanie pomiaru poziomu	Profilaktyka i edukacja dot. wczesnego	marzec - kwiecień 2012 r.
------	--------------------------------	---	---------------------------	--	---------------------------

#### OPIS DZIAŁANIA

Priorytetem i celem naszych działań jest edukacja zdrowotna społeczeństwa w zakresie profilaktyki chorób układu krążenia. Organizacja „Białej Niedzieli” dla mieszkańców Ostrołęki będzie nagłośniona przez lokalne media (Tygodnik Ostrołęcki i Radio OKO). Jednocześnie będziemy prowadzić cykl audycji radiowych dot. czynników ryzyka chorób układu krążenia i pełną informację do dalszego leczenia specjalistycznego. Organizatorzy sporządzą listy osób uczestniczących w badaniach i z ich wynikami oraz edukacji podczas „Białej Niedzieli”. Planujemy badania dla 200 osób: - 200 badań cukru, - 200 badań cholesterolu, - 200 badań trójglicerydów, - 200 pomiarów RR, - 200 określeń wskaźnika BMI

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.2) Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie</b>					
4.2a	Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie	Program SZKOŁA PROMOCJI ZDROWIA	Realizacja modułów (wykłady) : promocja zdrowia, homeostaza, pierwsza pomoc przedmedyczna, uzależnienia, żywienie, mikrobiologia, psychologia	Kształtowanie postaw prozdrowotnych wśród młodzieży województwa mazowieckiego	styczeń-grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Program „Szkoła Promocji Zdrowia” realizowany w Specjalistycznym Szpitalu Wojewódzkim w Ciechanowie adresowany jest do młodzieży w wieku 16-19 lat I i II Liceum Ogólnokształcącego w Ciechanowie. W ramach realizacji programu młodzież uczestniczy w zajęciach na terenie szpitala. Dla każdej klasy zaplanowano 72 godziny zajęć. Uczniowie będą w maju 2012r. uczestniczyć w Olimpiadzie Szkół Promocji Zdrowia.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.3) Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku</b>					
4.3a	Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	Uczestnictwo w corocznej konferencji Rehabilitacji Stwardnienia Rozsianego –RIMS Uczestnicy: ok. 350 osób z całego świata	podczas konferencji planujemy utworzyć stanowisko KOMR w Dąbku reklamujące świadczone usługi wraz z informacją o samorządzie Województwa Mazowieckiego – jako instytucji finansującej i nadzorującej ośrodek działający na rzecz chorych na stwardnienie rozsiane; podczas prowadzenia stoiska planujemy rozdawać foldery reklamowe, albumy o Ośrodku a także wizytówki, kalendarze, materiały firmowe i gadzety reklamowe typu czapeczki,	Upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz potencjalnych chorych i chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek z zakresu neurologicznego schorzenia jakim jest stwardnienie rozsiane – w jednostce podległej Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Mazowieckiego	czerwiec 2012 r. Hamburg (Niemcy)
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Promocja będzie prowadzona podczas przebiegu paneli dyskusyjnych i metodycznych na konferencji dot. zagadnień schorzenia stwardnienia rozsianego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
4.3b	Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	Wyjazd szkoleniowo-informacyjny do Haldensleben (wyżywienie i zakwaterowanie na koszt zapraszającego ośrodka Senior Hilfe)	podczas konferencji planujemy utworzyć stanowisko KOMR w Dąbku reklamujące świadczone usługi wraz z informacją o samorządzie Województwa Mazowieckiego – jako instytucji finansującej i nadzorującej ośrodek działający na rzecz chorych na stwardnienie rozsiane; podczas prowadzenia stoiska planujemy rozdawać foldery reklamowe, albumy o Ośrodku a także wizytówki, kalendarze, materiały firmowe i gadzety reklamowe typu czapeczki, koszulki, breloczki etc.	Upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz potencjalnych chorych i chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek z zakresu neurologicznego schorzenia jakim jest stwardnienie rozsiane – w jednostce podległej Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Mazowieckiego	sierpień-wrzesień 2012 r. Haldensleben (Niemcy)
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Promocja będzie prowadzona podczas szkoleń i wymiany poglądów nt. sposobów leczenia SM (stwardnienia rozsianego) oraz podczas spotkań z samorządowcami z terenu Haldensleben; przedmiotowe foldery informacyjne zostaną także przekazane do Ośrodków zajmujących się leczeniem schorzeń neurologicznych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
4.3c	Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	Uczestnictwo w organizowanej przez Polskie Towarzystwo Stwardnienia Rozsianego ogólnopolskiej kampanii informacyjnej „SyMfonia Serc”. Uczestnicy: ok. 1000 os	podczas happeningów planujemy utworzyć stanowisko KOMR w Dąbku reklamujące świadczone usługi wraz z informacją o samorządzie Województwa Mazowieckiego – jako instytucji finansującej i nadzorującej ośrodek działający na rzecz chorych na stwardnienie rozsiane; podczas prowadzenia stoiska planujemy rozdawać foldery reklamowe, albumy o Ośrodku a także wizytówki, kalendarze, materiały firmowe oraz gadzety reklamowe typu czapeczki, koszulki, breloczki etc.	SyMfonia serc to cykl wydarzeń zwracających uwagę na problemy osób chorych na stwardnienie rozsiane, ich rodzin i przyjaciół. Celem prowadzenia stanowiska jest upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz potencjalnych chorych i chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek z zakresu neurologicznego schorzenia jakim jest stwardnienie rozsiane – w jednostce podległej Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa	wrzesień-październik 2012 r. Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Promocja prowadzona podczas przebiegu happeningów oraz bloków informacyjnych nt. stwardnienia rozsianego ma za zadanie przybliżyć specyfikę choroby oraz zmienić nastawienie społeczności pełnosprawnej do osób chorych na stwardnienie rozsiane					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z <b>Biurem Prasowym UMWM</b>					
4.3d	Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	Uczestnictwo w corocznej imprezie charytatywnej „Pomagajmy Razem” Uczestnicy: ok. 100 osób	podczas przebiegu imprezy planujemy utworzyć stanowisko KOMR w Dąbku reklamujące świadczone usługi wraz z informacją o samorządzie Województwa Mazowieckiego – jako instytucji finansującej i nadzorującej ośrodek działający na rzecz chorych na stwardnienie rozsiane; podczas prowadzenia stoiska planujemy rozdawać foldery reklamowe, albumy o Ośrodku a także wizytówki, kalendarze, materiały firmowe oraz gadzety reklamowe typu czapeczki, koszulki, breloczki etc.	Celem imprezy jest prezentacja twórczości artystycznej osób niepełnosprawnych oraz włączenie ich do czynnego udziału w życiu kulturalnym społeczności lokalnej. Poprzez wybraną formę sztuki niepełnosprawni mogą przedstawić swoje przemyślenia, refleksje odnoszące się do szarej rzeczywistości dnia codziennego. Dla wielu jest to impreza najważniejsza w roku, a nawet w życiu, przynosząca dużo radości. Dlatego też udział w tego typu spotkaniach daje im poczucie akceptacji. Celem uczestnictwa jest upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz potencjalnych chorych i chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek z zakresu neurologicznego schorzenia jakim jest stwardnienie rozsiane – w jednostce podległej Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Mazowieckiego	wrzesień-październik 2012 r. Ciechanów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Promocja prowadzona podczas przebiegu imprezy charytatywnej w formie stoiska informacyjnego i ma za zadanie przybliżyć specyfikę choroby, zmienić nastawienie społeczności pełnosprawnej do osób chorych na stwardnienie rozsiane, upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.4) Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny w Warszawie</b>					
4.4a	Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny w Warszawie	IX Mazowieckie Dni Chirurgiczne	Przed konferencją; plakaty informacyjne, informacja na stronie internetowej Szpitala	Wymiana poglądów i doświadczeń dotyczących diagnostyki i leczenia chorych trafiających na ostry dyżur chirurgiczny, roli i miejsca chirurgii małoinwazyjnej w ramach ostrego dyżuru	10-11 lutego 2012 r. Rawa Mazowiecka
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja skierowana do kierowników klinik, ordynatorów oddziałów chirurgicznych i chirurgów woj. Mazowieckiego przy współudziale Konsultanta Wojewódzkiego ds. Chirurgii Ogólnej, Zarządu Oddziału Warszawskiego Towarzystwa Chirurgów Polskich, Katedry i Kliniki Chirurgii Ogólnej, Transplantacyjnej i Wątroby WUM, Oddziału Chirurgii Ogólnej, Onkologicznej i Gastroenterologicznej WSCU św. Anny.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
4.4b	Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny w Warszawie	Misje medyczne RP - Misja medyczna do Polaków - Południowa Bukowina	internet, prasa, radio, TV	Pomoc medyczna Polakom mieszkającym poza granicami kraju	25 czerwca 2012 r. Południowa Bukowina
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W ramach Misji przeprowadzone będą badania profilaktyczne i konsultacje medyczne Polaków zamieszkałych w Rumunii. Organizatorem Misji jest Zastępca Dyrektora ds. Lecznictwa WSCU św. Anny.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM</p>					
4.4c	Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny w Warszawie	Zjazd Polskiego Towarzystwa Ortopedycznego i Traumatologicznego	internet	Edukacja ortopedów w zakresie nowych technik leczenia operacyjnego narządów ruchu	19-22 września 2012 r. Rzeszów

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
39 Zjazd Naukowy PTOiT kierowany do chirurgów ortopedów pod patronatem Rektora Uniwersytetu Rzeszowskiego, Prezydenta Miasta Rzeszowa i Marszałka Województwa Podkarpackiego. Na Zjeździe będzie wygłoszony referat lekarza Oddziału Chirurgii Urazowo-Ortopedycznej WSCU św. Anny					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.5) Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku</b>					
4.5a	Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku	Zakończenie roku szkolnego w Szkole Promocji Zdrowia	umieszczenie logotypu Marki Mazowsze na świadectwach ukończenia Szkoły Promocji Zdrowia	Zapoznanie z wizualizacją Marki Mazowsze	19-22 września 2012 r. Rzeszów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie skierowane do uczniów i nauczycieli III L.O. im. Marii Dąbrowskiej w Płocku. Polega na rozpowszechnieniu logotypu "Mazowsze" , co korzystnie wpływa na budowanie wizerunku oraz siły Marki.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
4.5b	Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku	Uroczyste otwarcie Szpitalnego Oddziału Ratunkowego	<u>Przed otwarciem:</u> Tablice informacyjne z logotypem Marki Mazowsze umieszczone w Wojewódzkim Szpitalu Zespolonym w Płocku, Zaproszenia spersonalizowane - skierowane do 200 osób Informacje o przedsięwzięciu na stronie internetowej www.wszplock.pl <u>W trakcie uroczystości:</u> Ekspozycja logotypu marki Mazowsze <u>Po uroczystości:</u>	Rozpowszechnienie informacji o mazowieckich projektach realizowanych ze środków Województwa Mazowieckiego	czerwiec-lipiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Uroczystość skierowana do mieszkańców miasta Płocka. W uroczystości w charakterze panelistów weźmie udział przedstawiciel Ministerstwa Zdrowia oraz Marszałek Województwa Mazowieckiego. W ramach uroczystości zaplanowane są: prezentacje merytoryczne oraz prezentacja osiągnięć w ramach projektu.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o konkursie a później relacji z niego na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.6) Wojewódzki Szpital Zakaźny w Warszawie</b>					
4.6a	Wojewódzki Szpital Zakaźny w Warszawie	Kalendarze a. trójdzielne b. planszowe	Logo Województwa Mazowieckiego	Promocja znaku	styczeń-grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Rozpowszechnienie logotypu "Mazowsze", co korzystnie wpływa na budowanie wizerunku oraz siły Marki.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
4.6b	Wojewódzki Szpital Zakaźny w Warszawie	Konferencje w tym międzynarodowe sympozja, szkolenia	Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na rollupach i banerach	Rozpowszechnienie informacji o mazowszu	styczeń-grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Rozpowszechnienie logotypu "Mazowsze", co korzystnie wpływa na budowanie wizerunku oraz siły Marki.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.7) Samodzielny Specjalistyczny Zespół Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Dr. Teodora Dunina w Rudce</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.7a	Samodzielny Specjalistyczny Zespół Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Dr. Teodora Dunina w Rudce	Obchody uroczystości 100-lecia laboratorium prątką gruźlicy w Samodzielnym Specjalistycznym Zespole Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr. Teodora Dunina w Rudce. Konferencja naukowa dla 120 - 150 osób z terenu całej Polski, w większości z Mazowsza.	<b>Przed konferencją naukową:</b> Informacje o obchodach na stronie internetowej Zespołu w Rudce o uroczystościach. Przygotowanie publikacji: opracowanie drukowane dotyczące historii laboratorium, zakresu wykonywanych badań, kierowników, zatrudnionych pracowników, szerokie, popularnonaukowe wiadomości o gruźlicy, drogach transmisji, formach choroby, środowiskach najbardziej narażonych na zachorowanie, sposobach zapobiegania i ochrony przed zakażeniem. <b>W trakcie konferencji wykłady bogato ilustrowane dotyczące:</b> • historii laboratorium prątką w Rudce na tle innych laboratoriów europejskich • omówienie referencyjności laboratorium i badań dla chorych • wiadomościach ogólnych o gruźlicy • epidemiologii gruźlicy w Polsce za szczególnym uwzględnieniem regionów wschodnich • gruźlicy lekoopornej w Polsce i w Europie • metodach zapobiegania zakażeniom i transmisji choroby <b>Po konferencji:</b> Relacje na stronie internetowej Zespołu, publikacja w Pneumonologii i Alergologii Polskiej, Postępowaniu Mikrobiologii oraz w prasie i TV.	Rozpowszechnienie informacji o 100-letniej rocznicy powstania laboratorium prątką w Zespole w Rudce, najstarszego laboratorium w Polsce i jednego z najstarszych laboratoriów w Europie. Zwrócenie uwagi na wartość zabytkową budynków szpitalnych. Upowszechnienie informacji o gruźlicy, jej zakaźności i sposobach ochrony przed zachorowaniem	październik 2012 r., siedziba SSZZOZ im. Teodora Dunina oraz Gminne Centrum Kultury w Mrozach

#### OPIS DZIAŁANIA

Konferencja ogólnopolska, przewidziane dyskusje, wywiady dla prasy i udostępnieniem aktualnych danych epidemiologicznych o gruźlicy, spotkanie bankietowe na terenie szpitala, wystawa archiwaliów i nowoczesnego wyposażenia laboratorium. Osoby imiennie zaproszone: Pan Minister Zdrowia, Pan Marszałek Województwa Mazowieckiego, Krajowy, Wojewódzki i Powiatowy Państwowy Inspektor Sanitarny, Wojewoda Mazowiecki, Prezes NFZ w Warszawie, dyrektor MOW NFZ w Warszawie. Stowarzyszenie Rodziny Duninów, Wójt Gminy Mrozy, Generalny Konserwator Zabytków, Wojewódzki Konserwator Zabytków oraz Kierownik delegatury w Siedlcach, pełnomocnik rządu ds. Uchodźców. Konsultanci Krajowi: ds. Pulmonologii, Mikrobiologii, Chorób Zakaźnych, Dyrektorzy szpitali województwa mazowieckiego i ogólnopolskich.  
Członkowie wielu towarzystw naukowych: Polskiego Towarzystwa Chorób Płuc, Polskiego Towarzystwa Mikrobiologów, Polskiego Towarzystwa Lekarskiego z sekcją historyczną, Izby Lekarskiej, Izby Diagnostów Laboratoryjnych. Ponadto: pulmonolodzy, mikrobiolodzy, dziennikarze periodyków i gazet codziennych, radiowi i telewizyjni.

#### OCENA \*

##### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM

#### (4) Departament Zdrowia

##### (4.8) Szpital Dziecięcy im. Prof. Med. Jana Bogdanowicza SPZOZ

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.8a	Szpital Dziecięcy im.Prof.Med. Jana Bogdanowicza SPZOZ	Promocja logo województwa mazowieckiego	Umieszczenie logo województwa mazowieckiego na stronie internetowej szpitala. Umieszczanie tablic informacyjnych na terenie Szpitala, z herbem Mazowsza, przy inwestycjach dofinansowanych ze środków Województwa Mazowieckiego. Umieszczanie logo Mazowsza w nagłówku korespondencji wysyłanej	Budowa wizerunku marki województwa mazowieckiego	styczeń-grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Budowa wizerunku wyróżniającej marki województwa mazowieckiego gdzie odbiorcami informacji będą osoby: odwiedzające stronę internetową, korzystające ze świadczeń zdrowotnych, adresaci korespondencji zewnętrznej					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.9) Centrum Leczniczo-Rehabilitacyjne i Medycyny Pracy "ATTIS" - SPZOZ</b>					
4.9a	Centrum Leczniczo-Rehabilitacyjne i Medycyny Pracy "ATTIS" - SPZOZ	Wykonanie materiałów informacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem działalności medycznej w zakresie leczenia szpitalnego	brozury, ulotki- dystrybucja wśród pacjentów Centrum przez Poradnie Lekarskie Centrum.	Promocja Centrum „ATTIS”	luty 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Brozury, ulotki i teczki firmowe promujące działalność chirurgii jednodniowej Centrum „ATTIS”.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.9b	Centrum Leczniczo-Rehabilitacyjne i Medycyny Pracy "ATTIS" - SPZOZ	Organizacja festynu z okazji Dnia Dziecka	<p>Przed festynem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne rozwieszone w siedzibie Centrum "ATTIS" przy ul. Górczewskiej 89 oraz filiach</li> <li>- Informacja o festynie na stronie internetowej.</li> <li>- Dekoracja miejsca</li> </ul> <p>(balony z firmowym logo Centrum „ATTIS”)</p> <p>W czasie festynu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gadżety i upominki</li> <li>- uczestnictwo w zorganizowanych podczas festynu imprezach</li> </ul> <p>Po festynie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja z obchodów Dnia Dziecka na stronie internetowej.</li> <li>- Ekspozycja w poczekalni Centrum „ATTIS” prac rysunkowych</li> </ul>	Promocja Centrum Opieki nad Rodziną	1 czerwca 2012 r. Poradnia Centrum Opieki nad Rodziną

**OPIS DZIAŁANIA**

1. Festyn organizowany dla dzieci, rodziców i opiekunów pod hasłem „Zdrowa Rodzina w Centrum”.
2. Prelekcja lekarza pediatry na temat aspektów opieki zdrowotnej nad najmłodszymi uwzględniająca nowe koncepcje kompleksowej i przyjaznej rodzinie formy troski o zdrowie, przeznaczona dla rodziców i opiekunów.
3. W tym czasie opieka nad najmłodszymi w zorganizowanej formie: gry, konkursy z nagrodami (każde dziecko biorące udział otrzymuje upominek) i dyplomami uznania.

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

4.9c	Centrum Leczniczo-Rehabilitacyjne i Medycyny Pracy "ATTIS" - SPZOZ	Kolejna edycja kalendarzy firmowych	Rozesłanie kalendarzy do najważniejszych klientów Centrum ATTIS", instytucji, urzędów państwowych oraz współpracujących firm	Rozpowszechnienie informacji o działalności Centrum „ATTIS”	listopad 2012 r.
------	--	-------------------------------------	--	---	------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Uwzględnienie w treści i formie kalendarza rodzaju działalności medycznej Centrum oraz aktualnych danych teleadresowych

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w treści kalendarza, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

**(4) Departament Zdrowia**

**(4.10) Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu**

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.10a	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	III Interdyscyplinarna Konferencja Naukowa pn. „Cukrzyca jako problem interdyscyplinarnej współczesnej medycyny”	Przed konferencją: - Broszury informacyjne przekazane pracownikom Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego w Radomiu, - Zaproszenia skierowane do pracowników ościennych szpitali, przychodni specjalistycznych oraz lekarzy rodzinnych, - informacja na stronie internetowej szpitala: www.wss.com.pl, - zaproszenie skierowane do mediów radomskich, Po konferencji: Relacja na stronie internetowej szpitala,	Rozpowszechnienie informacji na temat epidemiologii, narastania problemu cukrzycy typu II, powikłań narządowych cukrzycy typu II oraz aspektów edukacyjno-pielęgnacyjnych w przebiegu cukrzycy.	27 kwietnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja wewnątrzszpitalna, organizowana jako cykl spotkań edukacyjnych skierowana do lekarzy, pielęgniarek, dietetyków, psychologów Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego w Radomiu, lekarzy i pielęgniarek psychologów i dietetyków innych ościennych placówek ochrony zdrowia oraz wszystkich diabetyków.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
4.10b	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	Dzień otwarty w poradni diabetologicznej.	Przed dniem otwartym: - plakaty informacyjne, - informacja w prasie, - informacja na stronie internetowej szpitala, W trakcie dnia otwartego: - ocena współczynnika BMI, wykonanie pomiaru poziomu glukozy w surowicy krwi, prowadzenie edukacji indywidualnej w zakresie diety, przyjmowania leków, zasad podawania insuliny i wysiłku fizycznego, - prowadzenie edukacji indywidualnej w zakresie samokontroli,	Upowszechnienie wiedzy na temat potrzeby regularnych badań profilaktycznych w kierunku chorób metabolicznych Zwiększenie świadomości zdrowotnej osób zdrowych i chorych na cukrzycę poprzez edukację zdrowotną. Zwiększenie dostępności do porad specjalistycznych i badań profilaktycznych	maj 2012 r. Poradnia diabetologiczna WSzS
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Dzień otwarty w poradni skierowany jest zarówno do osób zdrowych jak i cierpiących na schorzenia metaboliczne z Radomia i okolic. W ramach dnia otwartego zaplanowane są badania, porady oraz konsultacje wykonane przez pielęgniarki i lekarzy. Dzień otwarty ma wpłynąć na wzrost świadomości na temat choroby, jej powikłań pielęgnowania i leczenia wśród osób zdrowych i chorych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
4.10c	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	Dzień otwarty w poradni ginekologiczno-położniczej.	<p>Przed dniem otwartym:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne,</li> <li>- informacja w prasie,</li> <li>- informacja na stronie internetowej szpitala,</li> </ul> <p>W trakcie dnia otwartego:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wykonanie badania piersi,</li> <li>- pobranie materiału do badania cytologicznego,</li> <li>- przeprowadzenie edukacji dotyczącej zasad profilaktyki raka szyjki macicy i nowotworu piersi,</li> <li>konsultacja lekarska.</li> </ul>	<p>Obniżenie zachorowalności i umieralności kobiet na nowotwory piersi i szyjki macicy.</p> <p>Upowszechnienie wiedzy na temat potrzeby regularnych badań profilaktycznych w kierunku raka piersi i szyjki macicy.</p> <p>Zwiększenie świadomości zdrowotnej kobiet poprzez edukację zdrowotną.</p> <p>Zwiększenie dostępności do porad specjalistycznych i badań profilaktycznych.</p>	<p>21 kwietnia 2012 r., 22 września 2012 r. Poradnia WSzS</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Dzień w poradni skierowany jest do kobiet z Radomia i okolic, które są w przedziale wiekowym 25 – 59 lat. W ramach dnia otwartego zaplanowane są badania, porady oraz konsultacje wykonane przez położne i lekarzy. Dzień otwarty ma wpłynąć na podniesienie poziomu wiedzy oraz zwrócenie uwagi społeczeństwa na problem chorób nowotworowych u kobiet.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.10d	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	Spotkanie na temat chorób nowotworowych u kobiet.	<p>Przed spotkaniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne,</li> <li>- informacja w prasie,</li> <li>- informacja na stronie internetowej szpitala,</li> <li>- zaproszenia (szkoły, uczelnie),</li> </ul> <p>W dzień spotkania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ankieta początkowa</li> <li>- wykład problemowy na temat epidemiologii chorób nowotworowych u kobiet w Polsce,</li> <li>- prelekcja na temat istoty choroby nowotworowej – przyczyny, objawy, leczenie,</li> <li>- pogadanka o sposobach zapobiegania chorobom nowotworowym u kobiet w różnym wieku,</li> <li>-zaproszenie do udziału w spotkaniu Stowarzyszenia – Klub Kobiet Po Mastektomii „AMAZONKI-DANA”</li> <li>- pokaz masażu limfatycznego</li> </ul>	<p>Obniżenie zachorowalności i umieralności kobiet na nowotwory piersi i szyjki macicy. Upowszechnienie wiedzy na temat potrzeby regularnych badań profilaktycznych w kierunku raka piersi i szyjki macicy. Zwiększenie świadomości zdrowotnej kobiet poprzez edukację zdrowotną. Zwiększenie dostępności do porad specjalistycznych i badań profilaktycznych.</p>	październik 2012 r., aula WSzS
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Spotkanie skierowane jest do kobiet w różnym wieku zamieszkałych w Radomiu i okolicach. Planujemy również zaproszenie uczniów z radomskich szkół średnich. Początek spotkania to przeprowadzenie ankiety wśród uczestników na temat schorzeń nowotworowych u kobiet. Następnie zostanie przeprowadzony wykład na temat problemu chorób nowotworowych u kobiet w Polsce, pokaz masażu limfatycznego, wystąpią zaproszeni goście ze Stowarzyszenia Kobiet Po Mastektomii „AMAZONKI-DANA” współpracującego ze Szpitalem , odbędzie się pogadanka na temat zapobiegania chorobom oraz czynna dyskusja uczestników i podsumowanie spotkania.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
4.10e	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	Szkoła Promocji Zdrowia	<p>Zajęcia z młodzieżą będą prowadzone w formie wykładów, warsztatów, dyskusji panelowych wzbogacone o ćwiczenia praktyczne i filmy tematyczne.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- W trakcie zajęć zostaną wykorzystane fantomy, sprzęt audiowizualny, a także zasoby biblioteki Szkoły Promocji Zdrowia oraz Biblioteki Lekarskiej</li> <li>- Udział młodzieży w XII Olimpiadzie Szkół Promocji Zdrowia.</li> <li>-Konferencja problemowa dotycząca uzależnień – palenie tytoniu</li> </ul>	<p>Upowszechnienie wiedzy na temat prozdrowotnego stylu życia. Kształtowanie umiejętności rozumienia własnego rozwoju fizycznego, psychicznego i intelektualnego oraz pozytywnej stymulacji własnego rozwoju. Kształtowanie umiejętności umożliwiających właściwe zachowanie zdrowotne, ich zmianę, radzenia sobie w nagłych sytuacjach np. ciężka choroba. Prewencja uzależnień.</p>	1 stycznia 2012 r. - 31 grudnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>W programie Szkoły Promocji Zdrowia realizowanym w W.Sz.S. w Radomiu uczestniczy młodzież I LO im. M. Kopernika, IV LO im. T. Chałubińskiego oraz I LO w Białobrzegach. W ramach realizacji programu na rok 2012 młodzież będzie brała udział w zajęciach organizowanych na terenie tut. Szpitala oraz w innych specjalistycznych placówkach, w których będą mogli zapoznać się szczegółowo z problematyką z poszczególnych modułów programu przewidzianych do realizacji w 2012 roku. W nawiązaniu do hasła tegorocznej Olimpiady planowane jest również zorganizowanie Konferencji tematycznej poświęconej problematyce uzależnień – palenie tytoniu. W maju 2012 roku uczniowie będą uczestniczyć w XII Olimpiadzie Szkół Promocji Zdrowia.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.11) Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej</b>					
4.11a	Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej	Wojewódzka kampania społeczna „Porozumienie dla trzeźwości”	<p>współorganizowanie dużych przedsięwzięć profilaktycznych adresowanych do społeczności lokalnej: „Niećpa”, przystanek „PaT”,</p> <p>-organizowanie kameralnych koncertów profilaktycznych głównie w kościołach i szkołach,</p> <p>-organizowanie imprez sportowych promujących trzeźwość wraz ze stowarzyszeniami abstynenckimi i gminami (w tym zakup nagród, medali i pucharów),</p> <p>-opracowanie i wydawanie materiałów merytorycznych nt. profilaktyki uzależnienia od alkoholu i zdrowego stylu życia(książki, ulotki, broszury),</p> <p>-zakup gotowych materiałów merytorycznych na temat uzależnień oraz ich dystrybucja wśród mieszkańców naszego województwa,</p> <p>-współpraca z uczelniami wyższymi w zakresie realizacji seminariów odnośnie profilaktyki uzależnień,</p> <p>-wykonanie gadżetów i kalendarzy promujących kampanię oraz ich dystrybucja wśród mieszkańców naszego województwa,</p> <p>-przygotowanie i emisja spotów radiowych promujących kampanię,</p>	Promocja zdrowego, trzeźwego stylu życia, zmniejszenie szkód alkoholowych wśród mieszkańców województwa	luty-grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>W programie Szkoły Promocji Zdrowia realizowanym w W.Sz.S. w Radomiu uczestniczy młodzież I LO im. M. Kopernika, IV LO im. T. Chałubińskiego oraz I LO w Białobrzegach. W ramach realizacji programu na rok 2012 młodzież będzie brała udział w zajęciach organizowanych na terenie tut. Szpitala oraz w innych specjalistycznych placówkach, w których będą mogli zapoznać się szczegółowo z problematyką z poszczególnych modułów programu przewidzianych do realizacji w 2012 roku. W nawiązaniu do hasła tegorocznej Olimpiady planowane jest również zorganizowanie Konferencji tematycznej poświęconej problematyce uzależnień – palenie tytoniu. W maju 2012 roku uczniowie będą uczestniczyć w XII Olimpiadzie Szkół Promocji Zdrowia.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p> <p>Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.12) SPZOZ "RM-MEDITRANS" Siedlce</b>					
4.12a	SPZOZ "RM-MEDITRANS" Siedlce	Zabezpieczenie medyczne wyścigu kolarskiego Tour de Pologne	oznakowanie ambulansów logotypem firmy - banery z logotypem - reklama Zakładu w katalogu i innych broszurach Tour de Pologne - strona internetowa Zakładu - strona internetowa wyścigu - relacje bezpośrednie w środkach masowego przekazu	Podniesienie prestiżu Zakładu, promocja	umowa zawarta na okres 3 lat, tj. 2011-2013 rok
Zabezpieczenie medyczne uczestników w trakcie wyścigu kolarskiego Tour de Pologne- wieloetapowego szosowego wyścigu kolarskiego, organizowanego cyklicznie na terenie Polski . Wyścig Tour de Pologne jest prestiżowym wydarzeniem sportowym w Europie i na świecie. Przekaz medialny z przebiegu wyścigu transmitowany jest przez większość stacji telewizyjnych na świecie. Udział Zakładu w wyścigu jest stale akcentowany w przekazach medialnych.					
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.13) Wojewódzki Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Prof. Eugeniusza Wilczkowskiego w Gostyninie</b>					
4.13a	Wojewódzki Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Prof. Eugeniusza Wilczkowskiego w Gostyninie	Przyjęcie przedstawicieli Fundacji Socjalno - Medycznej na Wschodnią Europę z Holandii	Gadżety reklamowe WSZPZOZ Gostynin – Zalesie oraz województwa mazowieckiego zawierające logo „Mazowsze” otrzymane od Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie.	Przekazanie informacji na temat aktualnych potrzeb Zespołu w zakresie sprzętu i aparatury medycznej.	marzec-kwiecień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wizyta delegacji Fundacji Socjalno – Medycznej na Wschodnią Europę z Holandii obejmuje udział w spotkaniach delegatów z Holandii oraz Dyrektora WSZPZOZ Gostynin – Zalesie – Pani Katarzyny Osowicz – Szewczyk. Spotkania mają na celu przedstawienie obecnych potrzeb zespołu z zakresu sprzętu oraz aparatury medycznej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
4.13b	Wojewódzki Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Prof. Eugeniusza Wilczkowskiego w Gostyninie	Wizyta delegacji z Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej z Langenfeld	Konferencja dotycząca stosowania środków zabezpieczających wobec pacjentów, zorganizowana na terenie WSZPZOZ Gostynin – Zalesie z czynnym udziałem pracowników Zespołu. Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na otrzymanych gadżetach. Po wizycie: Relacja na stronie www.spzoz-zalesie.pl	Wymiana doświadczeń zawodowych w zakresie psychiatrii, w szczególności leczenia i rehabilitacji pacjentów, wobec których stosowany jest środek zabezpieczający, zapoznanie się z obowiązującymi w tym zakresie regulacjami prawnymi, zorganizowanie konferencji. Prezentacja wizualna działalności Zespołu.	maj-czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Udział w uroczystościach związanych z wizytą przedstawicieli Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej w Langenfeld wezmą delegaci Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej tj. Pani Jutta Muysers p.o. Dyrektora Kliniki oraz przedstawiciele WSZPZOZ Gostynin – Zalesie – Dyrektor Zespołu - Pani Katarzyna Osowicz – Szewczyk, Z-ca Dyrektora ds. Medycznych Pan Grzegorz Kołodziej. W ramach wizyty zaplanowana jest konferencja dotycząca wymiany doświadczeń z zakresu stosowania środków zabezpieczających wobec pacjentów. Planowana jest również prezentacja efektów pracy pacjentów wykonywanej podczas terapii zajęciowej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
4.13c	Wojewódzki Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Prof. Eugeniusza Wilczkowskiego w Gostyninie	Wyjazd przedstawicieli Zespołu do Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej w Langenfeld	Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na otrzymanych gadżetach. Relacja na stronie www.spzoz-zalesie.pl	Wymiana doświadczeń zawodowych w szczególności w zakresie opieki psychologicznej. Propagowanie informacji o działalności Zespołu.	wrzesień-październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W delegacji przedstawicieli WSZPZOZ Gostynin – Zalesie do Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej uczestniczyć będą psycholodzy tut. Zespołu. Głównym założeniem wyjazdu jest wymiana doświadczeń zawodowych.					
<b>OCENA *</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
<b>(4) Departament Zdrowia</b>					
<b>(4.14) Międzyleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.14a	Międzyleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie	XII Olimpiada Szkół Promocji Zdrowia Uczestnicy: przedstawiciele Samorządu Województwa Mazowieckiego, 350 uczniów biorących udział w Programie „ Szkoła Promocji Zdrowia” z terenu Mazowsza, opiekunowie, koordynatorzy, zaproszeni goście. Hasło olimpiady: „ Bez tytoniu w dorosłe życie”	przed olimpiadą: - plan konkurencji sportowych i występów artystycznych z udziałem uczniów - zaproszenia imienne dla gości - plan zakupu nagród dla zwycięzców - współpraca z Samorządem Województwa Mazowieckiego i koordynatorami Szkół Promocji Zdrowia” w zakresie przygotowań do olimpiady W trakcie olimpiady: - konkurencje sportowe, - występy artystyczne - pokaz udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej (konkurencja nagradzana) - prezentacje multimedialne związane z hasłem olimpiady Po olimpiadzie: - podsumowanie olimpiady, - umieszczenie relacji z olimpiady w szkołach współpracujących	Kontynuacja sportowej rywalizacji wśród uczniów połączona z celami Programu „Szkola Promocji Zdrowia”	25 maja 2012 r. Hala Sportowa w Zielonce
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p style="text-align: center;">Olimpiada organizowana na rzecz uczniów Szkół Promocji Zdrowia prowadzonych przez szpitale: w Warszawie przy ul. Barskiej, w Warszawie przy ul. Bursztynowej, w Ciechanowie, w Siedlcach, w Ostrołęce, w Radomiu, w Płocku. W olimpiadzie wezmą udział przedstawiciele w/w szkół (uczniowie, opiekunowie, nauczyciele), zaproszeni goście. W ramach olimpiady odbędą się konkurencje sportowe, występy artystyczne. Na zakończenie olimpiady uczestnikom zostaną przyznane nagrody. Olimpiada jest formą rywalizacji sportowej uczniów i formą wspólnej zabawy młodzieży z terenu Mazowsza, jak również zgodnie z hasłem , jest formą promowania zdrowego stylu życia.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
4.14b	Międzyleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie	Otwarcie budynku F W Międzyleskim Szpitalu Specjalistycznym w Warszawie Uczestnicy: przedstawiciele organu założycielskiego, zaproszeni goście, personel szpitala.	Przed otwarciem : - plan uroczystości, - zaproszenia imienne dla gości, - wykonanie tablicy informującej o dotacji Samorządu W trakcie: Województwa Mazowieckiego na inwestycję - wykład Dyrektora Szpitala opisujący zadanie pn” Modernizacja budynku F w MSS z określeniem sposobu finansowania przez Samorząd Województwa Mazowieckiego” - przewidywany udział mediów Po uroczystości: - informacja na stronie internetowej szpitala - galeria zdjęć z uroczystości	Cel działania: rozpowszechnienie informacji o realizacji mazowieckich projektów w ochronie zdrowia	maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Uroczystość otwarcia budynku F w MSS ukierunkowana na promowanie świadczeń zdrowotnych w zmodernizowanym budynku. W uroczystości wezmą udział przedstawiciele organu założycielskiego, zaproszeni goście, pracownicy szpitala. Zaplanowany jest wykład Dyrektora szpitala i wystąpienia uczestników. Na zakończenie planowane jest udostępnienie uczestnikom uroczystości pomieszczeń zmodernizowanego budynku celem pokazania wykorzystania dotacji Samorządu Województwa Mazowieckiego na inwestycję.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych					
<b>(5) Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich</b>					
5a	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Targi Fruit Logistica 2012	W trakcie Targów: - Stoisko wystawiennicze Województwa Mazowieckiego – ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na elementach stoiska Po zakończeniu Targów: - Strona internetowa www.mazovia.pl - relacja z targów - Strona internetowa KSOW – relacje z targów	- Promowanie sektora owocowo-warzywnego Mazowsza (stoisko wystawiennicze) - Budowanie wizerunku regionu na arenie międzynarodowej - Realizacja działań zawartych w Planie Działania Sekretariatu Regionalnego Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w Województwie Mazowieckim na lata 2010-2011 (załącznik do Uchwały Nr 2253/97/11 Zarządu Województwa Mazowieckiego z dnia 18 października 2011 r. Środki na realizację zabezpieczone uchwałą Zarządu Województwa Mazowieckiego Nr 2353/102/11 z 2 listopada 2011 r. (z późn. zm.)	8-10 lutego 2012 r. Berlin (Niemcy)

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wyjazd na Targi Fruit Logistica 2012 przedstawicieli Departamentu Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich oraz organizacja stoiska wystawienniczego. Obecność na targach daje możliwość zaprezentowania oferty mazowieckich producentów sektora owocowo-warzywnego w międzynarodowym środowisku. Jest to także forma wymiany dobrych praktyk i doświadczeń specjalistów zajmujących się wytwarzaniem, dystrybucją produktów owocowo-warzywnych, a także handlem nimi. Uczestnictwo w targach ma również za zadanie zachęcić ich uczestników do wspólnej promocji marki Mazowsza. Ubiegłoroczna edycja Targów Fruit Logistica potwierdziła w pełni dominującą rolę tych targów na światowej mapie imprez targowych dla przemysłu świeżych produktów. Świadczą o tym dane statystyczne: liczba wystawców zagranicznych - ok.90% (rok 2010 - 89%, 2009 - 88%), liczba zwiedzających - ok. 56.000 z 132 krajów (rok 2010 - ok. 53000 z 130 krajów, 2009 - ok. 50000 z 125 krajów).</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11-2-2/KP)</i></p>					
5b	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Targi BioFach 2012	<p>W trakcie trwania Targów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stoisko wystawiennicze – ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na elementach stoiska</li> </ul> <p>Po zakończeniu Targów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strona internetowa <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> - relacja z targów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Specjalistyczne targi certyfikowanych produktów ekologicznych ( stoisko wystawiennicze)</li> <li>- Budowa wizerunku marki regionu na arenie międzynarodowej</li> <li>- Wymiana doświadczeń i dobrych praktyk w środowisku wielokulturowym</li> <li>- Popularyzowanie mazowieckich certyfikowanych produktów rolno-spożywczych</li> </ul>	<p>15-18 lutego 2012 r. Norymberga (Niemcy)</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Uczestnictwo w Targach BioFach 2012 przedstawicieli Departamentu Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich ma na celu prezentację i promocję ekologicznych produktów spożywczo-rolnych województwa mazowieckiego. Obecność na targach jest możliwością zarówno wymiany doświadczeń, jak i integracji środowiska producentów żywności ekologicznej województwa mazowieckiego. W ub.r. wśród ponad 2,5 tys. wystawców 71% stanowili producenci międzynarodowi. Wśród 44,5 tys. zwiedzających aż 43% gości przyjechało z zagranicy. Zainteresowanie konsumentów ekoproductami wciąż rośnie. Nie dziwi zatem fakt, iż organizatorzy targów chcą powtórzyć ubiegłoroczny sukces i spodziewają się 2,5 tys. wystawców oraz 44 tys. zwiedzających z branży. Krajem Roku 2012 zostały wybrane Indie. Uczestnictwo województwa mazowieckiego w Targach BioFach stanowi niepowtarzalną okazję do przeglądu rynku bioproduktów z całego świata. Targom towarzyszyć będzie 150 imprez informujących o aktualnych tendencjach rynkowych</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11-2-2/KP)</i></p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
5c	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	V Edycja Konkursu o Laur Marszałka	Na etapie ogłoszenia konkursu: - na stronie internetowej www.mazovia.pl - na stronie internetowej KSOW www.mazowieckie.ksow.pl - ogłoszenie poprzez Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego, Mazowiecką Izbę Rolniczą, Starostwa Powiatowe i LGD Województwa Mazowieckiego Podczas uroczystości finałowej: - Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na roll-upach i bannerach Po zakończeniu konkursu: - na stronie internetowej www.mazovia.pl	- Promocja i popularyzacja produktów tradycyjnych regionu Mazowsza - Wylonienie i nagrodzenie producentów wyróżniających się wysoką jakością produkcji - Kultywowanie i popularyzacja mazowieckiej tradycji kulinarnej - Wylonienie producentów wyróżniających się oryginalnością w podejściu do tematu żywności i przetwórstwa	Uroczystość finałowa kwiecień/ maj 2012 r. Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>V edycja Konkursu o Laur Marszałka Województwa Mazowieckiego dla mazowieckich producentów żywności za najlepszy produkt roku 2011 jest organizowana przez Samorząd Województwa Mazowieckiego z jednej strony z uwagi na rosnące zainteresowanie żywnością lokalnych producentów oraz z drugiej w odpowiedzi na potrzebę promocji producentów żywności z terenu Województwa Mazowieckiego. Szeroka formuła konkursu pozwala na skierowanie zaproszenia do udziału nie tylko do firm komercyjnych, ale także do podmiotów i organizacji zajmujących się wytwarzaniem żywności na mniejszą skalę, takich jak koła gospodyń wiejskich, stowarzyszenia, gospodarstwa agroturystyczne, gospodarstwa ekologiczne, osoby fizyczne, które mogą udokumentować swoją działalność posiadanymi certyfikatami, dyplomami, zaświadczeniami lub innymi dokumentami potwierdzającymi prezentację produktu na targach, wystawach, imprezach lokalnych i regionalnych. Zgłoszony produkt powinien być powtarzalny, by można go było promować przy różnych okazjach. Celem konkursu jest wylonienie i nagrodzenie producentów wyróżniających się wysoką jakością produkcji, kultywowaniem i popularyzowaniem mazowieckiej tradycji kulinarnej, a także oryginalnością w podejściu do tematu żywności i przetwórstwa oraz promocji mazowieckiej żywności.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-IL-2.2.2/KP)</i></p>					
5d	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Targi Produktów Regionalnych „Regionalia”	Na etapie przygotowania do targów: - informacja na temat targów na portalu www.mazovia.pl W trakcie trwania targów: - Stoisko wystawiennicze – ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na stoisku Po zakończeniu targów: - Strona internetowa www.mazovia.pl - relacja z targów	- Budowanie marki regionu na tle innych regionów Polski - Promocja producentów rolno-spożywczych z regionu Mazowsza m.in. laureatów Konkursu o Laur Marszałka - Promocja wyrobów uczestników Sieci Dziedzictwa Kulinarnego Mazowsze - Integracja środowiska wiejskiego z regionu Mazowsza - Promocja wyrobów regionalnych Mazowsza	20-22 kwietnia 2012 r. Warszawa; Centrum Targowo-Kongresowe MT Polska
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Targi Produktów Regionalnych „Regionalia” to wydarzenie objęte patronatem honorowym Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Tematyka targów zostanie poświęcona przede wszystkim szeroko pojętej zdrowej i ekologicznej żywności, ale także prezentacji wyrobów regionalnych z Polski, jak i ze świata. Dzięki rozszerzonej formule i połączeniu z największą tego typu imprezą konsumencką w Polsce, XVII edycją Targów Turystyki i Wypoczynku „Lato” (www.targilato.pl), wystawcy będą mogli dotrzeć nie tylko do szerokiej rzeszy klientów indywidualnych (odbywające się równolegle Targi Lato odwiedzane są corocznie przez ponad 20 000 Warszawiaków), ale również do przedstawicieli wielu sieci handlowych, supermarketów, sklepów ze zdrową żywnością, restauracji, hurtowni, szkół, mediów, oraz wszystkich zainteresowanych. Jedną z wielu sekcji tematycznych targów jest dział - „Skarby Natury”, poświęcony produktom z listy tradycyjnych i regionalnych, żywności ekologicznej i organicznej, produktom naturalnym. Uczestnictwo w targach ma na celu promocję produktów tradycyjnych regionu Mazowsza. Uczestnicy targów będą również mieli okazję do wymiany doświadczeń i nawiązania nowych kontaktów biznesowych i znalezienia nowych kontrahentów w tzw. Strefie Współpracy.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.11.2.2/KP)</i></p>					
5e	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	IV Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL	<p>Na etapie przygotowań do targów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacje na stronie www.mazovia.pl, www.mazowieckie.ksow.pl</li> </ul> <p>W trakcie trwania targów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stoisko wystawiennicze</li> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na elementach stoiska</li> </ul> <p>Po zakończeniu targów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronach www.mazovia.pl, www.mazowieckie.ksow.pl</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocja potencjału agroturystycznego Mazowsza</li> <li>- Wymiana doświadczeń i dobrych praktyk</li> <li>- Budowanie marki regionu Mazowsza w aspekcie turystyki wiejskiej</li> </ul>	20-22 kwietnia 2012 r. Kielce: Targi Kielce
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL to wydarzenie na skalę ogólnopolską. Targi są znakomitą okazją do spotkania i wymiany doświadczeń i „know-how”. Ta specjalistyczna impreza promuje agroturystykę regionu i produkty lokalne Mazowsza. Targom towarzyszy wiele imprez o tematyce agroturystycznej tj.: giełdy współpracy LGD, warsztaty rękodziela, study tour czy liczne konkursy. Ponadto Targi oferują karczmy regionalne, gdzie można skosztować regionalnych rarytasów, jarmark rękodzielnictwa z pełną ofertą sztuki ludowej i scenę kultury, na której prezentują się zespoły ludowe różnych narodowości. Środki na realizację konkursu pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007-2013.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.11.2.2/KP)</i></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
5f	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Dzień Ziemi	Przed imprezą: - informacja na stronie internetowej www.mazovia.pl W trakcie trwania imprezy: - Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na roll-upach i bannerach Po zakończeniu imprezy: - relacja z imprezy na stronie internetowej www.mazovia.pl	- Promocja twórczości ludowej i wytwórczości wiejskiej poprzez organizację tzw. Alei Producentów Ekologicznych i Tradycyjnych - Promocja aktywnego działania na rzecz ochrony środowiska - Promocja rolnictwa ekologicznego - Promocja marki Sieci Dziedzictwa Kulinarnego Mazowsze	29 kwietnia 2012 r. Warszawa, Pola Mokotowskie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Obchody Światowego Dnia Ziemi, w 2012 roku odbywać się będą podczas obchodów Międzynarodowego Roku Zrównoważonej Energii dla Wszystkich Ludzi ogłoszonego przez ONZ. Światowy Dzień Ziemi '2012 w Polsce obchodzić będziemy pod hasłem "Dobra energia dla wszystkich". Festyn z okazji Dnia Ziemi odbędzie się na Polach Mokotowskich. Wzorem lat ubiegłych, podczas trwania festynu zaprezentują się instytucje związane z ochroną środowiska oraz parki narodowe i krajobrazowe. Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego planuje organizację Alei produktów tradycyjnych i ekologicznych. W Alei zaprezentuje się ok. 50 wystawców z całego Mazowsza, wśród których znajdą się Laureaci I, II, III i IV edycji konkursu o Laur Marszałka, podmioty wpisane do Sieci Dziedzictwa Kulinarnego Mazowsza oraz producenci wpisani na listę produktów tradycyjnych. Całość uświetnią produkty twórców i artystów kultywujących tradycyjne rzemiosła.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11-2 2 2/KP)</i></p>					
5g	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Konkurs „Przyjazna Wieś”	Na etapie przygotowania do konkursu: - informacje na stronie www.mazovia.pl oraz www.mazowieckie.ksow.pl - plakaty informacyjne W trakcie finału konkursu: - ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na roll-upach i bannerach Po zakończeniu konkursu: - relacja na stronie www.mazovia.pl oraz www.mazowieckie.ksow.pl	- Promocja innowacyjnych i efektywnych projektów o charakterze infrastrukturalnym o zasięgu lokalnym, regionalnym lub transgranicznym, sfinansowanych ze środków funduszy europejskich	II-III kwartał 2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Organizatorem konkursu jest Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich. Konkurs „Przyjazna wieś” wpisuje się w Plan Działania Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w Województwie Mazowieckim i wpłynie na poprawę identyfikacji i analizy dobrych praktyk na obszarach Wiejskich na Mazowszu. Konkurs realizowany będzie w dwóch etapach – regionalnym i krajowym. Zwycięskie projekty wyłonione w etapie regionalnym, wezmą udział w etapie ogólnopolskim, zaś projekt, który zdobędzie pierwsze miejsce w etapie ogólnopolskim zostanie zaprezentowany na międzynarodowej konferencji jako przykład dobrych praktyk realizowanych na terenach Wiejskich w Polsce. Środki na realizację konkursu pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007 – 2013.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.1L.2.2/KP)</i></p>					
5h	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Konkurs „Smak Ekologicznej Żywności”	<p>Na etapie przygotowania konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie internetowej www.mazovia.pl</li> <li>- rozesłanie zaproszeń do udziału w konkursie</li> </ul> <p>W trakcie trwania konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkurs wiedzy ekologicznej</li> <li>- wręczenie nagród laureatom konkursu</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronach internetowych www.mazovia.pl</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rozpowszechnianie wiedzy na temat rolnictwa ekologicznego oraz przetwórstwa produktów ekologicznych</li> <li>- Promocja zdrowego stylu życia</li> <li>- Promocja aktywnego działania na rzecz ochrony środowiska</li> <li>- Konkurs skierowany jest do szkół podstawowych i gimnazjalnych</li> </ul>	czerwiec 2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Organizatorem Konkursu Wiedzy Ekologicznej jest Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich. Celem konkursu jest pogłębienie wiedzy na temat ekologii i ekologicznej żywności oraz podnoszenie świadomości młodych konsumentów poprzez promowanie certyfikowanych produktów rolnictwa ekologicznego. Konkurs ma za zadanie kreowanie pozytywnej ekologicznej postawy wśród jego uczestników, a także poszerzenie perspektywy uczniów w patrzeniu na rolę rolnictwa i jego wpływu na środowisko. Zdobyta przez uczestników wiedza na temat ekologii ma ułatwić im zrozumienie wyzwań współczesnego świata przed, którymi stoi dzisiejsze rolnictwo ekologiczne.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.1L.2.2/KP)</i></p>					
5i	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Dożynki Województwa	<p>Przed dożynkami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia personalizowane skierowane do ok. 1500 osób</li> <li>- informacje zamieszczone na stronie www.mazovia.pl</li> </ul> <p>W trakcie trwania dożynek:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na roll-upach i bannerach</li> </ul> <p>Po dożynkach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie www.mazovia.pl oraz www.mazowieckie.ksow.pl</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podtrzymanie i kultywacja tradycji dożynek</li> <li>- Popularyzacja najbardziej wartościowych tradycji regionalnych</li> <li>- Promocja lokalnych produktów rolno-spożywczych regionu Mazowsza</li> <li>- Integracja środowiska obszarów wiejskich regionu Mazowsza</li> </ul>	sierpień/wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Dożynki Województwa Mazowieckiego to przedsięwzięcie promocyjne skierowane do odbiorcy lokalnego- mieszkańca Mazowsza. W dożynkach w charakterze gości wezmą udział przedstawiciele administracji rządowej i samorządowej województwa, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciele poszczególnych departamentów Urzędu. W ramach uroczystości dożynkowych zostanie zorganizowany pokaz wieńców dożynkowych oraz koszy z płodami rolnymi. Uczestnicy będą mieli również okazję wzięcia udziału w wielu pokazach i prezentacjach o tematyce rolniczej, a także odwiedzić liczne stoiska informacyjno-doradcze. Dożynkom towarzyszyć będzie bogata oprawa artystyczna, m.in. występy zespołów ludowych.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.  W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-IL-2.2.2/KP)</i></p>					
5j	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	VI Mazowiecki Kongres Obszarów Wiejskich	<p>Przed kongresem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia imienne gości około 350</li> <li>- informacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl</li> </ul> <p>Podczas kongresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach</li> </ul> <p>Po zakończeniu kongresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacje na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wymiana doświadczeń i dobrych praktyk</li> <li>- Omówienie kierunków rozwoju obszarów wiejskich po 2013 r.</li> </ul>	III kwartał 2012 r.
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>VI Kongres Rozwoju Obszarów Wiejskich jest imprezą przeznaczoną dla samorządowców z gmin i powiatów z terenu Województwa Mazowieckiego oraz dla zaproszonych gości z innych Województw. Organizacja VI Mazowieckiego Kongresu Rozwoju Terenów Wiejskich wpisuje się w realizację założeń Planu Działania Sekretariatu Regionalnego KSOW w Województwie Mazowieckim na lata 2011-2012. Środki na realizację kongresu pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007-2013.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.  W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-IL-2.2.2/KP)</i></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
5k	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	POLAGRA FOOD 2012 Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych „Smaki Regionów”	Na etapie przygotowań: - informacja na stronie www.mazovia.pl W trakcie trwania targów: - Stoisko wystawiennicze – ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsza na elementach stoiska Po zakończeniu targów: - relacja na stronie internetowej www.mazovia.pl	- Targi Polagra-Food z liczbą niemal 300 wystawców i 45 tys. zwiedzających (dane z 2011 r.) stanowią jedno z największych wydarzeń branży rolno-spożywczej. Udział w wydarzeniu stanowi niepowtarzalną okazję do promocji Mazowsza i jego wyrobów regionalnych - Prezentacja wytwórczości wiejskiej regionu Mazowsza - Integracja środowiska producentów mazowieckich - Wymiana dobrych praktyk i doświadczenia - Podjęcie działań na rzecz budowy wizerunku regionu	8-11 października 2012 r., Poznań
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wszelkonostronna tematyka targów jest gwarantem popularności imprezy wśród odwiedzających. W bieżącym roku tematami wiodącymi będą: produkty mleczarskie, mięso i wyroby wędliniarskie, żywność ekologiczna, żywność typu convenience, żywność bezglutenowa, żywność dla diabetyków, żywność dla wegetarian. Najlepsze prezentowane na targach Polagra-Food 2012 produkty zostaną wyróżnione Złotym Medalem Międzynarodowych Targów Poznańskich. W tym roku po raz pierwszy ta, jedna z najbardziej rozpoznawalnych i prestiżowych nagród na polskim rynku, będzie przyznawana na nowych zasadach. Laureatów Złotego Medalu poznamy już na kilka tygodni przed targami, a wszystkie nagrodzone produkty będzie można obejrzeć na specjalnej przestrzeni „Strefa Mistrzów” zaaranżowanej w centrum targowej ekspozycji. W czasie targów prowadzony będzie również plebiscyt wśród targowej publiczności, produkt, który zdobędzie uznanie największej liczby zwiedzających otrzyma Złoty Medal MTP – Wybór Konsumentów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.11.2.2/KP)</i>					
<b>(6) Departament Środowiska</b>					
6a	Departament Środowiska	Prezentacja „Program Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego na lata 2011-2014 z uwzględnieniem perspektywy do 2018 r.”	Informacja dot. uchwalenia „Program Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego na lata 2011-2014 z uwzględnieniem perspektywy do 2018 r.” oraz artykuł odnoszący się do głównych założeń programu	Promocja dokumentu	II połowa 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Prezentacja „Program Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego na lata 2011-2014 z uwzględnieniem perspektywy do 2018 r.” Publikacja dokumentu odbędzie się między innymi w 6 dodatkach tematycznych ukazujących się w mazowieckich tygodnikach regionalnych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.II.2.2.2/KP)</i></p>					
6b	Departament Środowiska	Prezentacja „Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza na lata 2012 – 2017 z uwzględnieniem lat 2018 - 2023” wraz z aktualizacją „Programu usuwania wyrobów zawierających azbest z terenu województwa mazowieckiego”	Informacja dot. uchwalenia „Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza na lata 2012 – 2017 z uwzględnieniem lat 2018 - 2023” wraz z aktualizacją „Programu usuwania wyrobów zawierających azbest z terenu województwa mazowieckiego” oraz artykuł odnoszący się do systemu gospodarowania odpadami komunalnymi w świetle znowelizowanej ustawy z dnia 1 lipca 2011 roku o utrzymaniu czystości i porządku w gminach zostaną zamieszczone w 6 dodatkach tematycznych ukazujących się w mazowieckich tygodnikach regionalnych.	Promocja dokumentu	II połowa 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Zarząd Województwa Mazowieckiego prowadzi prace mające na celu przygotowanie Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza na lata 2012-2017 z uwzględnieniem lat 2018-2023”, aktualizacji „Programu usuwania wyrobów zawierających azbest z terenu województwa mazowieckiego” oraz sporządzenia „Prognozy oddziaływania na środowisko Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza na lata 2012-2017 z uwzględnieniem lat 2018-2023 i aktualizacji Programu usuwania wyrobów zawierających azbest z terenu województwa mazowieckiego”. Dokumenty zostaną sporządzone w oparciu o przepisy ustawy o odpadach oraz ich zmiany wprowadzone ustawą z dnia 1 lipca 2011 r. o zmianie ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. Nr 152, poz. 897). Publikacja tych dokumentów odbędzie się między innymi w 6 dodatkach tematycznych ukazujących się w mazowieckich tygodnikach regionalnych.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.II.2.2.2/KP)</i></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
6c	Departament Środowiska	IV Edycja Konkursu Ekologicznego dla dzieci w wieku przedszkolnym z terenu Województwa Mazowieckiego	<p>Przed konkursem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zakup nagród dla laureatów konkursu,</li> <li>- informacje o konkursie zamieszczane na stronie internetowej urzędu, (www.mazovia.pl),</li> <li>- dyplomy i wyróżnienia imienne – dla laureatów,</li> </ul> <p>W trakcie konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organizacja uroczystej gali ogłoszenia wyników i wręczenia nagród laureatom</li> <li>- ekspozycja SIW MM na roll-upach i bannerach,</li> <li>- wystawa prac laureatów w siedzibie Departamentu Środowiska,</li> </ul> <p>Po konkursie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie www.mazovia.pl oraz w Kronice Mazowieckiej,</li> <li>- wysyłka dyplomów, nagród upominków w formie gadżetów reklamowych do uczestników konkursu.</li> </ul>	Celem konkursu jest podnoszenie świadomości ekologicznej wśród najmłodszych mieszkańców Mazowsza	I i II kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konkurs Ekologiczny skierowany jest do dzieci w wieku przedszkolnym z terenu województwa mazowieckiego, organizowany w ramach realizacji jednego z głównych celów Programu Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego, jakim jest podnoszenie poziomu wiedzy ekologicznej wśród najmłodszych mieszkańców regionu. Konkurs podzielony jest na dwa etapy: I – przedszkolny, II - wojewódzki, dla czterech grup wiekowych. Ogłoszenie wyników konkursu i wręczenie nagród laureatom następuje na uroczystej gali w obecności członka zarządu oraz Dyrekcji Departamentu. Przewidziane są również nagrody upominki dla wszystkich uczestników konkursu zakwalifikowanych do II etapu konkursu.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki <b>już na etapie formułowania SIWZ</b> (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZS75.II.2.2.2/KP)</i></p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
6d	Departament Środowiska	X Edycja Konkursu Ekologicznego dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjów	<p>Przed konkursem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zakup nagród dla laureatów konkursu,</li> <li>- informacje o konkursie zamieszczane na stronie internetowej urzędu (www.mazovia.pl),</li> <li>- dyplomy i wyróżnienia imienne – dla laureatów konkursu (ok. 40 szt.),</li> </ul> <p>W trakcie konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organizacja uroczystej gali ogłoszenia wyników i wręczenia nagród laureatom - ekspozycja SIW MM na roll- upach i banerach</li> <li>- wystawa prac laureatów w siedzibie Departamentu Środowiska,</li> </ul> <p>Po konkursie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie www.mazovia.pl oraz w Kronice Mazowieckiej,</li> <li>- wysyłka dyplomów, nagród upominków w formie gadżetów reklamowych do uczestników konkursu (ok.500).</li> </ul>	Celem konkursu jest podnoszenie wiadomości ekologicznej wśród dzieci i młodzieży oraz kształtowanie prawidłowych postaw związanych z ochroną środowiska.	III i IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konkurs Ekologiczny skierowany jest do uczniów szkół podstawowych i gimnazjów z terenu województwa mazowieckiego, organizowany w ramach realizacji jednego z głównych celów Programu Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego, jakim jest podnoszenie poziomu wiedzy ekologicznej wśród najmłodszych mieszkańców regionu. Konkurs podzielony jest na trzy etapy: I – szkolny, II – delegatury, III - wojewódzki dla trzech grup wiekowych. Ogłoszenie wyników konkursu i wręczenie nagród laureatom następuje na uroczystej gali w obecności członka zarządu oraz Dyrekcji Departamentu. Przewidziane są również nagrody upominki dla wszystkich uczniów zakwalifikowanych do II etapu konkursu.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.II.2.2/KP)</i></p>					
6e	Departament Środowiska	Zakończenie i podsumowanie VIII edycji Konkursu - zbiórka makulatury dla przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych z terenu Województwa Mazowieckiego	Ogłoszenie na stronie internetowej www.mazovia.pl wyników wszystkich szkół i przedszkoli biorących udział w Konkursie; spokanie z przedstawicielami placówek oświatowych, które zostały laureatami Konkursu, ok. 100 osób; przesłanie do wszystkich biorących udział w Konkursie dyplomów gratulacyjnych oraz pism z podziękowaniem za udział; Banery wystawione w czasie spotkania; zaproszenie przedstawicieli prasy i radia;	Promocja działań edukacyjnych w ramach zadań wynikających z zapisów Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza; podziękowanie za udział w VIII edycji Konkursu, przedstawienie wyników i wręczenie nagród rzeczowych laureatom.	czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Departament Środowiska w ramach realizacji zadań wynikających z WPGO 2007-2011, służących podnoszeniu poziomu wiedzy ekologicznej mieszkańców naszego województwa, zorganizował VIII edycję „Konkursu - zbiórka makulatury”. Działanie to przyczyni się do budowania świadomości w zakresie prawidłowych sposobów postępowania z odpadami. Będzie stanowiło jedną z form zachęty do propagowania postaw ekologicznych z zakresu selektywnego zbierania odpadów wśród najmłodszych mieszkańców województwa. Konkurs skierowany jest do przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych. Głównym jego założeniem jest propagowanie i utrwalanie właściwych postaw proekologicznych u najmłodszych, inicjowane poprzez ich bezpośrednie angażowanie we wspólne przedsięwzięcia, w tym m.in. w zadania związane z selektywnym zbieraniem odpadów.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki <b>już na etapie formułowania SIWZ</b> (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.U.2.2.2/KP)</i></p>					
6f	Departament Środowiska	Udział w obchodach „Światowego Dnia Ziemi” oraz w „VII Warszawskich Dniach recyklingu”	<p>Przed obchodami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja o imprezie plenerowej zamieszczane - na stronie internetowej urzędu (www.mazovia.pl),</li> </ul> <p>W ramach obchodów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- przygotowanie stoiska informacyjno – promocyjnego,</li> <li>- warsztaty ekologiczne,</li> <li>- konkursy edukacyjne z nagrodami w postaci gadżetów reklamowych,</li> <li>- dystrybucja materiałów informacyjnych, promocyjnych,</li> <li>- ekspozycja SIW MM na roll- upach i banerach,</li> </ul> <p>Po obchodach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie www.mazovia.pl oraz w Kronice Mazowieckiej.</li> </ul>	Działanie ma na celu podniesienie świadomości ekologicznej i wiedzy przyrodniczej u osób odwiedzających stoiska i biorących udział w planowanych warsztatach i konkursach, oraz promocję przyrodniczych walorów Mazowsza oraz ekologicznego stylu życia.	II kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Departament Środowiska przygotuje stoiska edukacyjno - promocyjne, zaopatrzone w materiały informacyjne o regionie oraz różnorodnych formach turystyki aktywnej. Warsztaty i konkursy ekologiczne, gry i zabawy poświęcone zagadnieniom ochrony przyrody, klimatu, wody, recyklingu ( przedsięwzięcie realizowane przy udziale Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych).</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki <b>już na etapie formułowania SIWZ</b> (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.U.2.2.2/KP)</i></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
6g	Departament Środowiska	Przygotowanie publikacji z zakresu ochrony środowiska (kształtowanie właściwych nawyków u społeczeństwa) – opracowanie projektu oraz wydruk.	Projekt graficzny publikacji zaopatrzonej w logo województwa zgodny z SIW MM – do akceptacji. Wydruk – kolory zgodne z SIW MM – do akceptacji.	Celem publikacji jest kształtowanie kultury ekologicznej człowieka, wskazanie właściwych wzorców postępowania w duchu dbałości o środowisko naturalne	III i IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zlecenie usługi opracowania graficznego oraz merytorycznego wraz z wydrukiem publikacji o tematyce dotyczącej ochrony środowiska (kształtowanie właściwych nawyków w społeczeństwie).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki <b>już na etapie formułowania SIWZ</b> (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.II.2.2.2/KP)</i>					
6h	Departament Środowiska	Kampanie medialne z zakresu edukacji ekologicznej	Kampanie medialne/ społeczne w formie: reklamy zewnętrznej informacji w internecie audycji radiowej	Celem kampanii jest kształtowanie kultury ekologicznej człowieka, wskazanie właściwych wzorców postępowania w duchu dbałości o środowisko naturalne, promocja ochrony przyrody ze szczególnym uwzględnieniem parków krajobrazowych	II i III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zlecenie publikacji reklamy zewnętrznej i informacji w internecie oraz audycja radiowa o tematyce dotyczącej ochrony środowiska (kształtowanie właściwych nawyków w społeczeństwie)					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.II.2.2.2/KP)</i>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
6i	Departament Środowiska	Wyjazdy zagraniczne do Belgii / Region Bruksela - Stolica oraz do Szwecji / Region Sztokholm	Porozumienie o współpracy międzyregionalnej między Województwem Mazowieckim a regionami	Wymiana doświadczeń w celu adaptacji najlepszych rozwiązań systemowych stosowanych w Regionie Brukseli - Stolicy a Województwem Mazowieckim dotyczących gospodarowania odpadami. Wymiana wiedzy, opinii, doświadczeń i dobrych praktyk z zakresu budowania oraz finansowania gospodarki odpadami	II kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wyjazdy zagraniczne do Belgii i Szwecji będą opierały się na spotkaniach w celu wymiany doświadczeń, wiedzy, opinii i dobrych praktyk z zakresu budowania oraz finansowania gospodarki odpadami					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
6j	Departament Środowiska	Współpraca międzynarodowa z Moskwą	Porozumienie o współpracy międzyregionalnej między Województwem Mazowieckim a Rządem Obwodu Moskiewskiego Federacji Rosyjskiej	Wymiana doświadczeń w celu adaptacji najlepszych rozwiązań w zakresie edukacji ekologicznej stosowanych w Obwodzie Moskiewskim. Współpraca z władzami lokalnymi oraz placówkami oświatowymi w zakresie edukacji ekologicznej dzieci, młodzieży i dorosłych	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wymiana doświadczeń w zakresie szeroko rozumianej edukacji ekologicznej lokalnych społeczności, działań edukacyjnych poświęconych ochronie środowiska naturalnego. Współpraca z władzami lokalnymi oraz placówkami oświatowymi w zakresie edukacji ekologicznej dzieci, młodzieży i dorosłych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
6k	Departament Środowiska	Współpraca międzynarodowa ze Sztokholmem	Porozumienie o współpracy międzyregionalnej między Województwem Mazowieckim a Regionem Sztokholmskim	Wymiana doświadczeń w celu adaptacji najlepszych rozwiązań systemowych stosowanych w Sztokholmie. Wymiana widzy i doświadczeń na temat organizacji, zarządzania i regulacji na poziomie regionu	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wpółpraca w zakresie ochrony środowiska naturalnego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
<b>(6) Departament Środowiska</b>					
<b>(6.1) Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych</b>					
6.1a	Mazowiecki Zespół Parków	Wydawanie kwartalnika „Parki	Zamieszczenie elektronicznej wersji	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zlecenie usługi opracowania graficznego wraz z wydrukiem kwartalnika o tematyce dotyczącej działalności i funkcjonowania Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych. Zadanie dofinansowane jest przez WFOŚiGW w Warszawie w ramach dotacji pn. "Rozwój komunikacji społecznej poprzez wydawanie kwartalnika Parki Krajobrazowe Mazowsza". Publikacja ma za zadanie informowanie oraz promowanie MZPK wśród społeczności lokalnej oraz mieszkańców województwa mazowieckiego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1b	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Publikacja z okazji 25 - lecia Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Czesława Łaszka.	Promocja dokumentu, projekt graficzny zaopatrzony w logo województwa, MZPK, WFOŚiGW	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Zlecenie usługi opracowania graficznego, merytorycznego oraz wydruk publikacji o tematyce dotyczącej Mazowieckiego Parku Krajobrazowego m.in: jego działalności i funkcjonowania na przestrzeni lat. Zawierać będzie informacje o wartościach przyrodniczych, historycznych i kulturowych, edukacji oraz czynnej ochronie gatunkowej. Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych przygotowuje publikację w ramach zadania dofinansowanego przez WFOŚiGW w Warszawie pn. "Publikacja pod nazwą 25 lat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Czesława Łaszka". Album będzie promował i poszerzał wiedzę na temat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego wśród lokalnej społeczności oraz mieszkańców województwa mazowieckiego.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1c	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Dzień Otwarty w Mazowieckim Parku Krajobrazowym im. Cz. Łaszka pn „25 lat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego”.	Prezentacja multimedialna, warsztaty ekologiczne, przygotowanie stoiska informacyjno – promocyjnego, dystrybucja materiałów informacyjnych, informacja na stronach internetowych (np. www.mazovia.pl), w lokalnych mediach, ekspozycja MZPK na roll-upach i banerach	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	wrzesień 2012 r.
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Tematem przewodnim Dnia Otwartego w MPK jest jubileusz 25 - lecia parku. W trakcie trwania uroczystości lokalna społeczność zapozna się z funkcjonowaniem i działalnością Mazowieckiego Parku Krajobrazowego. Poprzez aktywną edukację, informację i promocję w dziedzinie ochrony przyrody, środowiska MPK przyczynia się do propagowania właściwych postaw proekologicznych lokalnej społeczności. Podczas tego dnia wyświetlane będą prezentacje multimedialne oraz zorganizowane będą warsztaty (wikliniarstwo, wycinakarstwo, ceramika) prezentującą lokalną twórczość ludową. Przygotowane będzie stoisko informacyjno - promocyjne.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1d	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Dwudniowa konferencja z okazji 25-lecia Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Cz. Łaszka	Informacja na stronach internetowych (np. www.mazovia.pl), w lokalnych mediach, banery wystawione w czasie spotkania; zaproszenie przedstawicieli prasy;	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	wrzesień 2012 r.
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Organizacja konferencji w ramach zadania dofinansowanego przez WFOŚiGW w Warszawie pn. "Konferencja 25 lat MPK im. Cz. Łaszka". Zlecenie usługi opracowania graficznego oraz wydruk materiałów promocyjnych, banerów informacyjnych, posterów konferencyjnych. Konferencja składa się z dwóch części: pierwszego dnia planowana jest sesja referatowa osób prowadzących badania naukowe oraz realizujących projekty na terenie MPK. Drugiego dnia odbędą się warsztaty terenowe, prezentujące tereny powierzchni badawczych czynnej ochrony. Konferencja skierowana jest do przedstawicieli parków krajobrazowych i narodowych z całej Polski, instytucji i organizacji związanych z ochroną środowiska, lokalnych samorządów, nauczycieli i studentów. W trakcie konferencji prezentowane będą działania z zakresu ochrony przyrody, edukacji ekologicznej realizowane w MPK.</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1e	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	<p>Konkursy ekologiczne</p> <p>np. „Poznaj swoją rzekę” - Brudzeński Park Krajobrazowy</p> <p>"Szkolny piórnik - Chojnowski Park Krajobrazowy</p> <p>„Przyrodniczy konkurs edukacyjny dla szkół z terenu MPK - 25 lat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Czesława Łaszka” - Mazowiecki Park Krajobrazowy,</p> <p>„Dokarmiamy ptaki zimą – szkolny karmnik” - Brudzeński Park Krajobrazowy, Mazowiecki Park Krajobrazowy, Kozienicki Park Krajobrazowy, Chojnowski Park Krajobrazowy,</p> <p>„Pomagamy płazom” - Kozienicki Park Krajobrazowy,</p> <p>„Moje spotkania z Puszcą” - Kozienicki Park Krajobrazowy,</p> <p>„Nadbużańskie spotkania z przyrodą” - Nadbużański Park Krajobrazowy</p>	<p>Przed konkursem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zakup nagród dla laureatów konkursu,</li> <li>- informacje o konkursie zamieszczane na stronie internetowej urzędu</li> <li>- dyplomy i wyróżnienia imienne – dla laureatów konkursu</li> </ul> <p>W trakcie konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organizacja uroczystej gali ogłoszenia wyników i wręczenia, nagród laureatom</li> <li>- informacja na stronach internetowych (np. <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>), w lokalnych mediach)</li> <li>- banery wystawione w czasie spotkania;</li> <li>- zaproszenie przedstawicieli prasy;</li> </ul> <p>Po konkursie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie <a href="http://www.parkiotwock.pl">www.parkiotwock.pl</a> oraz w kwartalniku,</li> <li>- wysyłka dyplomów, nagród upominków w formie gadżetów reklamowych do uczestników konkursu "</li> </ul>	<p>Podnoszenie świadomości ekologicznej dzieci i młodzieży z Województwa Mazowieckiego</p>	2012 r.
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Konkursy przyrodniczo-edukacyjne skierowane do dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym z terenu Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych, organizowane w celu kształtowania właściwych postaw proekologicznych oraz podnoszenia poziomu wiedzy przyrodniczej, biologicznej i ekologicznej wśród dzieci i młodzieży zamieszkujących tereny parków krajobrazowych. Konkursy podzielone są na dwa etapy: I – szkolny, II - parkowy, w trzech kategoriach wiekowych. Ogłoszenie wyników konkursów i wręczenie nagród laureatom nastąpi podczas uroczystości finałowych w obecności Dyrektora Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych oraz zaproszonych gości. Przewidziane są nagrody główne dla zwycięzców konkursów, wyróżnienia, jak również drobne nagrody rzeczowe dla uczestników startujących w warsztatach i konkursach podczas finałów konkursów.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych					
6.1f	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Wydanie kalendarza na rok 2013 oraz pokłosa konkursu „Moje spotkania z Puszcą” - Kozienicki Park Krajobrazowy	Promocja dokumentu, Projekt graficzny zaopatrzone w logo województwa, MZPK, WFOŚiGW	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zlecenie usługi opracowania graficznego, merytorycznego oraz z wydruk kalendarza oraz pokłosa konkursu "Moje spotkania z Puszcą" . Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych przygotowuje publikację w ramach zadania dofinansowanego przez WFOŚiGW w Warszawie pn. "Edukacja dla zrównoważonego rozwoju na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego w 2012 roku". Publikacja będzie promowała Kozienicki Park Krajobrazowy wśród lokalnej społeczności, dzieci młodzieży oraz mieszkańców województwa mazowieckiego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
6.1g	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Opracowanie i opublikowanie drugiego, rozszerzonego wydania książeczki - malowanki pokazującej gatunki płazów występujących na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego, ich cechy morfologiczne i wybrane aspekty z biologii.	Promocja dokumentu, Projekt graficzny zaopatrzone w logo Województwa, MZPK, WFOŚiGW	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zlecenie usługi opracowania graficznego, merytorycznego oraz z wydruk publikacji na temat gatunków, aspektów biologii, cechach morfologicznych i anatomicznych oraz środowiska życia płazów występujących na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego. Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych przygotowuje publikację w ramach zadania dofinansowanego przez WFOŚiGW w Warszawie pn. "Pomagamy płazom - organizacja V edycji konkursu przyrodniczego na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego. Publikacja będzie poszerzała wiedzę na temat batrachofauny i wśród dzieci młodzieży oraz mieszkańców województwa mazowieckiego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1h	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Opracowanie i wydanie publikacji edukacyjnej dot. wodnych organizmów wskaźnikowych przydatnych do oceny czystości wód powierzchniowych - w ramach zadania „Monitoring środowiska przyrodniczego Kozienickiego Parku Krajobrazowego”	Promocja dokumentu, Projekt graficzny zaopatrzony w logo województwa, MZPK, WFOŚiGW	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	październik- listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizacja zadania w ramach dofinansowania WFOŚiGW do zadania pn."Monitoring środowiska przyrodniczego Kozienickiego Parku Krajobrazowego". Zlecenie usługi opracowania graficznego wraz z wydrukiem publikacji. Wydawnictwo adresowane jest do młodzieży szkolnej, studentów i placówek oświatowym. Publikacja dotyczy wodnych organizmów wskaźnikowych przydatnych do oceny czystości wód powierzchniowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.li	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Wydanie mapy przyrodniczo - krajoznawczej, przewodnika po szlakach rowerowych Puszczy Kozienickiej, folderów, ulotek,	Promocja dokumentu, - projekt graficzny zaopatrzony w logo województwa, MZPK, WFOŚiGW, - informacja na stronie internetowej	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizacja zadania w ramach dofinansowania WFOŚiGW. Zlecenie usługi opracowania graficznego i merytorycznego wraz z wydrukiem publikacji. Publikacje adresowane są do dzieci, młodzieży oraz wszystkich zainteresowanych przyrodą województwa mazowieckiego. Publikacje mają na celu promocję oraz informację na temat ochrony czynnej, istniejących szlaków turystycznych oraz bieżącej działalności MZPK.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1j	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Zorganizowanie warsztatów ekologicznych dla uczniów oraz warsztatów ekologicznych dla nauczycieli w ramach zadania „Edukacja dla zrównoważonego rozwoju na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego w 2012 r.”	Warsztaty ekologiczne, banery wystawione w czasie spotkania, przygotowanie stoiska informacyjno – promocyjnego, dystrybucja materiałów informacyjnych, informacja na stronie internetowej	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizacja zadania w ramach dofinansowania WFOŚiGW pn „Edukacja dla zrównoważonego rozwoju na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego w 2012 r.” Zadanie polega na zorganizowaniu ekologicznych warsztatów stacjonarno - terenowych dla uczniów oraz dla nauczycieli.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.1k	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Organizacja dwudniowej konferencji pn. "Jak każdy z nas może chronić parki krajobrazowe Mazowsza" / "Razem naprawiamy nasz mały świat" - Chojnowski Park Krajobrazowy	Informacja na stronach internetowych (np. <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> ), w lokalnych mediach, banery wystawione czasie spotkania; zaproszenie przedstawicieli prasy	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	kwiecień - czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja organizowana w ramach dofinansowania WFOŚiGW. Podczas konferencji nastąpi rozstrzygnięcie konkursu oraz zaprezentowane będą prace plastyczne i multimedialne wykonane przez dzieci i młodzież. Drugiego dnia odbędzie się sesja referatowa na temat turystyki, ochrony przyrody i gospodarki odpadami. Prelegentami będą m.in. wykładowcy z SGGW . Konferencja adresowana jest do dzieci, młodzieży, nauczycieli i samorządów. Tematyka konferencji przyczyni się do budowania świadomości proekologicznej. Zlecenie wykonania graficznego i wydruk baneru konferencyjnego oraz materiałów promocyjnych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.</p>					
6.11	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Dodruk albumu „Ptaki Brudzeńskiego Parku Krajobrazowego” - Brudzeński Park Krajobrazowy	Promocja dokumentu, projekt graficzny zaopatrzonego w logo województwa, MZPK, WFOŚiGW	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	styczeń - czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizacja zadania w ramach dofinansowania WFOŚiGW do zadania pn. "Ptaki Brudzeńskiego Parku Krajobrazowego". Zlecenie usługi opracowania graficznego oraz merytorycznego wraz z wydrukiem publikacji. Album będzie zawierał głównie zdjęcia na temat ptaków występujących na terenie Brudzeńskiego Parku Krajobrazowego. Publikacja skierowana jest do społeczności lokalnej i mieszkańców województwa mazowieckiego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
6.11	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Wydanie plakatu edukacyjnego z kalendarium na 2013 rok - Mazowiecki Park Krajobrazowy	Promocja dokumentu, projekt graficzny zaopatrzonego w logo województwa, MZPK, WFOŚiGW	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	listopad - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizacja zadania w ramach dofinansowania WFOŚiGW . Zlecenie usługi opracowania graficznego wraz z wydrukiem publikacji . Plakat edukacyjny adresowany jest do mieszkańców województwa mazowieckiego. Kolportowany będzie m.in. wśród placówek oświatowych, instytucji państwowych i samorządowych, organizacji, fundacji. Plakat edukacyjny ma za zadanie promowanie MZPK.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
6.1m	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Współpraca międzynarodowa	Nawiązanie oficjalnej współpracy wielostronnej z Parkiem Krajobrazowym w Brandenburgii (Niemcy) jako kontynuacja spotkania roboczego z 2011 roku.	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wymiana doświadczeń w zakresie szeroko rozumianej edukacji ekologicznej, ochrony środowiska i ochrony przyrody.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
6.1n	Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych	Wystawa z okazji 25-lecia Mazowieckiego Parku Krajobrazowego w Mazowieckim Urzędzie Wojewódzkim w Warszawie oraz w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego	Zaproszenie przedstawicieli prasy, informacja na stronach internetowych, banery wystawione w czasie spotkania.	Promocja Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych i Województwa Mazowieckiego	kwiecień - czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa fotograficzna prezentować będzie walory przyrodnicze, historyczne, kulturowe. Wystawa jest podsumowaniem działalności Mazowieckiego Parku Krajobrazowego na przełomie 25 lat. Wystawa jest adresowana głównie do mieszkańców województwa mazowieckiego i jest częścią zadania pn. " Konferencja 25 lat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Czesława Łaszka"					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(7) Departament Opłat Środowiskowych</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
7a	Departament Oplat Środowiskowych	Akcja szkoleniowo-promocyjna z zakresu opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach Uczestnicy: około 350 osób z terenu województwa mazowieckiego oraz osoby z innych województw zakwalifikowane na szkolenia ze względu na miejsce korzystania ze środowiska	Przed szkoleniami: - informacja-zaproszenie na szkolenia zamieszczona na stronie www.mazovia.pl, - ulotki informacyjne nt. szkoleń dołączane do korespondencji wychodzącej z Departamentu Oplat Środowiskowych, - informowanie o szkoleniach podczas rozmów telefonicznych z interesantami. W trakcie szkoleń: - ekspozycja logo Marki Mazowsze na slajdach prezentacji, - ekspozycja logo Marki Mazowsze w przekazanych uczestnikom materiałach szkoleniowych (m.in. broszury informacyjne, długopisy, notatniki), - ekspozycja logo Marki Mazowsze na sporządzanych w trakcie szkoleń listach obecności , - ekspozycja logo Marki Mazowsze na zaświadczeniach o uczestnictwie w szkoleniach. Po szkoleniach: - Relacje o prowadzonej akcji (m.in. artykuły i zdjęcia) na stronie	Rozpowszechnienie informacji o obowiązkach z zakresu opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane i opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach, a także zmobilizowanie wszystkich podmiotów z terenu województwa mazowieckiego do realizacji obowiązków z zakresu przedmiotowych opłat oraz wyeliminowanie błędów w składanych wykazach i sprawozdaniach.	kwiecień-październik 2012 r. Delegatury Urzędu Marszałkowskiego: Płock, Radom, Ostrołęka, Siedlce, Ciechanów, Siedziba Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Szkolenia skierowane są do przedsiębiorców, osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, osób prowadzących działalność w zakresie wymagającym pozwoleń środowiskowych oraz do przedstawicieli innych jednostek organizacyjnych. Celem spotkań jest przekazanie teoretycznej i praktycznej wiedzy z zakresu opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach niezbędnej do prawidłowego naliczania opłat za korzystanie ze środowiska. W trakcie szkoleń omówione zostaną wszystkie aspekty praktyczne i prawne z zakresu ww. opłat. Trenerami prowadzącymi spotkania będą przedstawiciele Departamentu Oplat Środowiskowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.U.2.2.2/KP)</i>					
7b	Departament Oplat Środowiskowych	Wykonanie broszury informacyjno-edukacyjnej na temat opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach	Projekt graficzny publikacji zaopatrzonej w logo Marki Mazowsze zgodny z SIW MM – do akceptacji. Wydruk – kolory zgodne z SIW MM – do akceptacji. Umieszczenie broszury informacyjnej na stronie www.mazovia.pl w wersji PDF.	Upowszechnianie najistotniejszych informacji z zakresu opłat środowiskowych oraz informowanie podmiotów korzystających ze środowiska na terenie województwa mazowieckiego o nowych, zmieniających się przepisach prawa.	październik 2012 r. Województwo Mazowieckie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Broszury zawierające informacje na temat opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach będą rozpowszechniane wśród podmiotów korzystających ze środowiska na terenie województwa mazowieckiego, m.in. poprzez ich kolportaż za pośrednictwem innych instytucji, Delegatur Urzędu Marszałkowskiego czy też bezpośredni dostęp w kancelariach/biurach podawczych Urzędu. Dzięki broszurom Departament szerzy informacje o opłatach środowiskowych wśród przedsiębiorców (m.in. wśród nowopowstałych firm czy osób fizycznych zakładających działalność gospodarczą), którzy nie posiadają wiedzy na temat obowiązków opłatowych i sprawozdawczych z tego zakresu. Wydawanie i rozpowszechnianie tego rodzaju materiałów to również doskonała okazja do szerzenia postaw proekologicznych oraz rozwijania wrażliwości na problemy środowiska naturalnego.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
7c	Departament Opłat Środowiskowych	Akcja informacyjno – promocyjna w mediach – spoty reklamowe na temat opłat środowiskowych.	Zlecenie produkcji i emisji spotów reklamowych w rozgłośni o zasięgu regionalnym działającej na terenie Mazowsza.	Rozpowszechnianie informacji na temat opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach.	czerwiec 2012 r. Województwo Mazowieckie za pośrednictwem rozgłośni regionalnej działającej na terenie Mazowsza
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działania podejmowane w ramach akcji informacyjno-promocyjnej w mediach w postaci spotów reklamowych mają za zadanie przybliżanie szczegółów związanych z opłatami za korzystanie ze środowiska. Celem działania jest dotarcie do szerokiego spektrum społeczeństwa z informacjami dotyczącymi obowiązków wynikających z prawa ochrony środowiska i poinformowanie podmiotów prowadzących działalność gospodarczą o konieczności rozliczania się i składania wykazów zawierających informacje i dane o zakresie korzystania ze środowiska oraz o wysokości należnych opłat. Kampania informacyjno-promocyjna ma ponadto za zadanie zmobilizować przedsiębiorców z terenu Mazowsza do terminowego przysyłania sprawozdań i wnoszenia należnych opłat.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
8a	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Otwarcie Sezonu Turystycznego Województwa Mazowieckiego	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- promocja w mediach, prasie Internecie i na nośnikach wielkoformatowych, zaproszenia z logo Mazowsza, konferencja prasowa, zapowiedź w Kronice Mazowieckiej, facebook</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-konferencja prasowa, stoisko promocyjne z materiałami informacyjno promocyjnymi, konkursy, projekcje filmów i spotów o regionie</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-relacja w Kronice Mazowieckiej, na stronach internetowych itp.</li> </ul>	Promocja turystycznej marki Mazowsze, kontynuacja kampanii "Mazowsze. Weekend dwa kroki stąd"	20-22 kwietnia 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Otwarcie Sezonu Turystycznego Województwa Mazowieckiego to wydarzenie, które organizujemy już po raz drugi. Celem imprezy jest promocja turystycznej marki Mazowsze poprzez prezentację oferty turystycznej regionu, ukierunkowanej na krótkoterminowy wypoczynek. Otwarcie Sezonu jest okazją to zaprezentowania produktów turystycznych funkcjonujących w województwie. Wydarzenie stanowi kontynuację kampanii "Mazowsze. Weekend dwa kroki stąd".					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i>					
8b	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	II edycja programu Paszport Turystyczny Województwa Mazowieckiego	<u>Przed realizacją programu:</u> - konferencja prasowa, informacje w prasie i Internecie, promocja za pośrednictwem partnerów projektu, facebook itp. <u>W trakcie realizacji programu:</u> - plakaty, informacje w Internecie, promocja podczas imprez promocyjnych i wystawienniczych <u>Po realizacji programu:</u> -relacja z losowania nagród w mediach i Internecie, relacja w	Promocja turystycznej marki Mazowsze, kontynuacja kampanii "Mazowsze. Weekend dwa kroki stąd"	kwiecień-listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt ma na celu promocję turystycznych atrakcji Mazowsza oraz zachęcenie turystów do ich odwiedzania. Jest to swojego rodzaju program lojalnościowy, uczestnik odwiedzając/biorąc udział w danej atrakcji dostaje potwierdzenie w postaci stempla w specjalnie przygotowanym paszporcie, po uzyskaniu odpowiedniej ilości stempli może wziąć udział w losowaniu nagród. Paszport zawiera miejsca/wydarzenia/obiekty wraz z opisem i zdjęciami i stanowi swoisty przewodnik po Mazowszu, nawet dla osób nie zainteresowanych nagrodami i zbieraniem pieczętek. W tym roku będzie to już II edycja programu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i>					
8c	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Sejmik Turystyczny Województwa Mazowieckiego	<u>Przed imprezą:</u> - informacja w Internecie, zaproszenia z logo Mazowsza, facebook <u>W trakcie imprezy:</u> -bannery, roll'upy, materiały promocyjne z logo Mazowsza <u>Po imprezie:</u> -relacja w Internecie, Kronika Mazowiecka, facebook	Promocja turystycznej marki Mazowsze, stworzenie platformy wymiany doświadczeń pomiędzy instytucjami, organizacjami i branżą zajmującymi się rozwojem i promocją turystyki na terenie Województwa Mazowieckiego	październik/listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Wydarzenie skierowane do podmiotów, organizacji, przedsiębiorców i osób działających w zakresie rozwoju, upowszechniania i promocji turystyki w Województwie Mazowieckim. Jest to platforma wymiany pomysłów, doświadczeń, problemów związanych z działaniami na rzecz zwiększania ruchu turystycznego w Województwie Mazowieckim. Podczas sejmiku poruszane są głównie tematy dotyczące budowania oferty turystycznej ale również założenia strategiczne, plany, programy itp. Sejmik daje możliwość nawiązywania kontaktów pomiędzy poszczególnymi sektorami działającymi na rzecz turystyki.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i>					
8d	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Zlot Turystów Województwa Mazowieckiego	<u>Przed zlotem:</u> - zaproszenia z logo, informacje w Internecie <u>W trakcie zlotu:</u> -bannery, roll'upy, materiały promocyjne z logo Mazowsza <u>Po zlocie:</u> -relacje w Internecie	Promocja turystycznej marki Mazowsze, kontynuacja kampanii "Mazowsze. Weekend dwa kroki stąd"	październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Coroczna impreza dla miłośników aktywnego spędzania wolnego czasu. Ma na celu pokazanie możliwości wypoczynku na Mazowszu jak również uhonorowanie osób szczególnie zasłużonych dla rozwoju i promocji turystyki i krajoznawstwa w regionie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i>					
8e	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Udział w targach turystycznych	<u>Przed targami:</u> - informacje w internecie, zaproszenia, logo na plakatach i zaproszeniach, promocja na facebooku <u>W trakcie targów:</u> -stoisko promocyjne z materiałami informacyjno-promocyjnymi z logo Mazowsza, konkursy, prezentacja spotów/filmów promujących Mazowsze, logo na plakatach i materiałach promujących targi, konferencja branżowa <u>Po targach:</u> -relacje w internecie i Kronice Mazowieckiej, relacja na facebooku	Promocja turystycznej marki Mazowsze, kontynuacja kampanii "Mazowsze. Weekend dwa kroki stąd" poprzez prezentację oferty turystycznej na weekend	20-22 kwietnia 2012 r. 27-29 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Celem udziału w targach turystycznych jest promocja turystycznej marki Mazowsze poprzez prezentację oferty turystycznej regionu, ukierunkowanej na krótkoterminowy wypoczynek. Jest to okazja do zaprezentowania produktów turystycznych funkcjonujących w województwie. Wydarzenie stanowi kontynuację kampanii "Mazowsze. Weekend dwa kroki stąd".					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
8f	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Nagroda Marszałka Województwa Mazowieckiego	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zapowiedź i informacje w Kronice Mazowieckiej, Internecie, prasie lokalnej, zaproszenia z logo Mazowsza</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- roll'upy i materiały promocyjne z logo Mazowsza</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacje w Internecie i mediach lokalnych</li> </ul>	<p>Celem konkursu jest uhonorowanie osób fizycznych lub prawnych, a także innych podmiotów, które mają szczególne zasługi na rzecz promocji Województwa Mazowieckiego w kraju i na świecie w zakresie twórczości artystycznej, upowszechniania i ochrony kultury.</p>	październik/listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Nagroda Marszałka Województwa Mazowieckiego jest jednym z najbardziej prestiżowych wyróżnień na Mazowszu, honorującym najcenniejsze osiągnięcia mieszkańców regionu w dziedzinie twórczości artystycznej oraz z zakresu upowszechniania i ochrony kultury. Wyróżnienie kierowane jest do ludzi aktywnych społecznie, angażujących się w działania umacniające tożsamość kulturową Mazowsza, służące rozwojowi i promocji regionu. Szczegółowe warunki i tryb postępowania konkursowego określa Regulamin konkursu, zgodnie, z którym kandydatów do Nagrody mogą zgłaszać: Komisje Sejmiku Województwa Mazowieckiego, Gminy i Powiaty z terenu Województwa Mazowieckiego, stowarzyszenia oraz fundacje społeczno - kulturalne i naukowe, lokalne organizacje społeczno - kulturalne i naukowe działające na terenie Województwa Mazowieckiego.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
8g	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Konkurs Fotograficzny Mazowsze Bliskie Sercu	<p><u>Przed konkursem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zapowiedź i informacje w Kronice Mazowieckiej, Internecie, prasie lokalnej, logo na plakatach, zaproszeniach,</li> </ul> <p><u>W trakcie konkursu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- roll'upy i materiały promocyjne z logo Mazowsza</li> </ul> <p><u>Po konkursie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacje w Internecie i mediach lokalnych</li> </ul>	<p>Promocja turystycznych walorów województwa mazowieckiego, aktywizacja mieszkańców</p>	kwiecień-listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konkurs fotograficzny „Mazowsze bliskie sercu” pod honorowym patronatem Marszałka Województwa Mazowieckiego organizowany jest od 2006 roku. Konkurs przeznaczony jest dla wszystkich fotografów amatorów mieszkających lub uczących się na terenie Mazowsza, znających miejsca, które warto pokazać innym, potrafiących to zrobić za pośrednictwem fotografii. Wszystkie nadesłane zdjęcia mogą być wykorzystane przez Samorząd Województwa Mazowieckiego w celach niekomercyjnych, np. w publikacjach, wydawnictwach, banerach itp.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
8h	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Dożynki Województwa Mazowieckiego	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zapowiedź i informacje w Kronice Mazowieckiej, Internecie, prasie lokalnej, logo na plakatach i zaproszeniach,</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stoisko promocyjne z materiałami informacyjno-promocyjnymi oraz banery, roll'upy i materiały promocyjne z logo Mazowsza</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacje w Internecie, mediach lokalnych i Kronice Mazowieckiej</li> </ul>	Promocja Marki Mazowsze poprzez przybliżenie mazowieckich ludowych tradycji i obrzędów oraz zachęcenie do ich kultywowania wszystkich przybyłych gości, szczególnie młodzież.	sierpień/wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Dożynki, skierowane do szerokiego grona odbiorców (producentów rolnych, przetwórców, handlowców, samorządów i służb doradczych, ludzi i instytucji pracujących w obszarze rolnictwa i kultury), mieszkańców wsi i miast z terenu Mazowsza oraz województw ościennych, uatrakcyjniane licznymi imprezami towarzyszącymi (wystawy, prezentacje firm i instytucji, występy artystyczne i koncerty) doskonale promują Markę Mazowsze. Przedsięwzięcie wpływa na budowę tożsamości regionalnej i tworzy pozytywny wizerunek Województwa Mazowieckiego - pielęgnuje tradycje ludowe i obrzędy. Wydarzenie umożliwia uczestnikom poznanie tradycji i obrzędów ludowych oraz ich kultywowanie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
8i	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Materiały promocyjne: spot/film promujący Województwo Mazowieckie, materiały informacyjne dot. oferty turystycznej Mazowsza, kalendarze na rok 2013, artykuły prasowe	materiały promocyjne dystrybuowane są podczas różnego rodzaju wydarzeń oraz imprez promocyjnych i wystawienniczych w kraju i zagranicą, wyświetlane podczas różnego rodzaju imprez promocyjnych, artykuły dot. turystycznych atrakcji województwa zamieszczane w prasie branżowej, ogólnopolskiej, regionalnej itp.	promocja Województwa Mazowieckiego poprzez wydawanie i dystrybucję publikacji informacyjno-promocyjnych, spotów/filmów reklamowych, artykułów prasowych	całoroczne
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Jednym z zadań Departamentu jest przygotowywanie materiałów promocyjno-informacyjnych w postaci folderów, publikacji, artykułów prasowych, spotów/filmów promocyjnych. Zadanie to realizowane jest w miarę możliwości finansowych Departamentu. Na ten rok zostało zaplanowane wydanie dwóch folderów - oferta noclegowa oraz oferta gotowych produktów turystycznych, przygotowanie spotu/filmu promocyjnego o Województwie Mazowieckim, wydanie kalendarzy na rok 2013 oraz dodatku tematycznego w prasie regionalnej.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i>					
8j	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	„Stolica Kultury Mazowsza”	<p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i/lub bannerach podczas imprez kulturalnych odbywających w 2012 w ramach projektu „Stolica Kultury Mazowsza” na terenie powiatu Kozienickiego - tegorocznego laureata konkursu.</p> <p>Eksponowanie logo Mazowsza na zaproszeniach i plakatach.</p> <p>Informacja o odbywających się imprezach na stronie internetowej starostwa kozienickiego.</p> <p>Wydanie folderu z kalendarzem imprez z krótkimi komentarzami i do nich.</p> <p>Informacje w Kronice mazowieckiej i mediach</p> <p>Relacja na stronie www.mazovia.pl</p>	<p>Wylonienie powiatu który zostanie ustanowiony „Stolicą Kultury Mazowsza”</p> <p>Wspieranie i umacnianie kultury lokalnej, która tworzy wspólną kulturę regionalną</p>	<p>od 12 marca 2012 r.</p> <p>do końca 2012 r.</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i>					
8k	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Bieżąca współpraca z Samorządami Woj. Maz. oraz lokalnymi organizacjami kulturalnymi przy organizacji przedsięwzięć kulturalnych	<p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i/lub bannerach podczas imprez kulturalnych odbywających w 2012 w ramach projektu</p>	Upowszechnianie kultury	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. przygotowywanych przez Współorganizatora, związanych z realizacją przedsięwzięcia. Współorganizator powinien być do tego zobowiązany poprzez umieszczenie odpowiedniego zapisu w zawieranej z nim umowie. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki już na etapie opracowywania koncepcji i zapytań ofertowych na materiały poligraficzne i promocyjne, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
81	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Mazowieckie Zdarzenia Muzealne - Wierzba	<p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i/lub bannerach podczas finału konkursu.</p> <p>Informacja na stronie internetowej <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></p> <p>Informacja w Kronice Mazowieckiej oraz mediach.</p> <p>Prezentacja multimedialna z nagrodzonymi wystawami pokazywana podczas gali, której gośćmi są muzealnicy, samorządowcy, dziennikarze, parlamentarzyści z Mazowsza i sąsiednich Województw.</p> <p>Zaproszenia z logo Mazowsza</p>	Promocja Województwa Mazowieckiego, promocja muzeum posiadających siedzibę na terenie Województwa Mazowieckiego, zmniejszanie różnic pomiędzy nimi, wspomaganie rozwoju w zakresie upowszechniania kultury, edukacji kulturalnej i muzealnej	1 marca 2012 r. - 30 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-U-2.2.2/KP)</i></p>					
81	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Cykl audycji promujących mazowiecką kulturę i sztukę pt „Strefa Mazowsze”	<p>Zajawki programu na antenie TVP Warszawa</p> <p>Informacja na stronach internetowych TVP S.A.</p> <p>Informacja na stronach internetowych <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></p> <p>Nota copyrightowi: Telewizja Polska S.A. Samorząd Województwa Mazowieckiego</p>	Promocja przedsięwzięć kulturalnych realizowanych na terenie Mazowsza. Promocja Samorządowych Instytucji Kultury Rozpowszechnianie informacji o mazowieckich projektach realizowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego	29 marca 2012 r. - 31 sierpnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-IL2.2.2/KP)</i>.</p>					
8m	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Działania w zakresie opiniowania projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze	Postępowanie zgodnie z zapisami Księgi Zintegrowanego Systemu Zarządzania dotyczącymi procesu: Upowszechnianie kultury i promocja województwa (KZSZ5-U-2), podprocesu: Zarządzanie Marką Mazowsze (KZSZ5-U-2.2/KP), procedury: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-IL2.2.2/KP)	* budowanie spójnego, jednolitego postrzeganego wizerunku regionu; * zapewnienie zgodności działań związanych ze stosowaniem logotypu Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Akceptacja projektu graficznego dokonywana jest wyłącznie w zakresie prawidłowego, czyli zgodnego z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW) użycia logotypu Marki Mazowsze i elementów systemu. Każdy z nadesłanych projektów oceniany jest pod kątem: 1. poprawności użycia logotypu (prawa do jego użycia, wzoru logotypu, formy logotypu (z hasłem lub bez), prawidłowego podpisu obok/ pod logotypem, wielkości logotypu, kolorystyki logotypu, tła pod logotypem, zachowania pola podstawowego lub ochronnego); 2. poprawności użycia innych elementów SIW Marki Mazowsze tj.: piktogramów systemowych, typografii; 3. poprawności zachowania wzorów druków firmowych, druków, gadżetów i oznakowania promocyjnego, oznakowania architektonicznego i pojazdów samochodowych z użyciem logotypu, przewidzianych w SIW Marki Mazowsze. Koncepcja graficzna i artystyczna wizja danego projektu, zatwierdzona przez dyrekcję departamentu merytorycznego nie jest przedmiotem oceny projektu graficznego. Ocenie pod względem zgodności z SIW podlegają: druki firmowe – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 2; druki promocyjne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 3; oznakowanie promocyjne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 4; oznakowanie architektoniczne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 5; oznakowanie samochodów – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 6; gadżety promocyjne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 7; wszelkie materiały zawierające logotyp Marki Mazowsze: poligraficzne (zaproszenia, plakaty, ulotki, wydawnictwa itp.); strony WWW; prezentacje multimedialne; filmy; tablice reklamowe i informacyjne; artykuły reklamowe (bannery, roll-upy itd.); stoiska promocyjne i wystawiennicze; gadżety reklamowe</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego					
8n	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Zapewnianie oprawy wizualnej podczas wydarzeń organizowanych i współorganizowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego	* wypożyczanie roll-upów, bannerów z logotypem Marki Mazowsze, fotografii przedstawiających Mazowsze, itp. na potrzeby organizatorów lub współorganizatorów danego wydarzenia; * konsultowanie i/lub realizacja oprawy wizualnej poprzez umieszczenie ww. promocyjnych elementów wystawienniczych w miejscu odbywania się danego wydarzenia	budowanie i utrwalanie nowego wizerunku regionu i wywołanie pozytywnych emocji i skojarzeń uczestników wydarzeń z marką Mazowsze	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wypożyczanie promocyjnych elementów wystawienniczych (roll-upów, bannerów, fotografii, itp.) odbywa się na podstawie pisemnego, elektronicznego lub ustnego zgłoszenia. Ww. materiały udostępniane są nieodpłatnie na zadeklarowany w odpowiednim oświadczeniu przez osobę je odbierającą okres czasu, pokrywający się z terminem danego wydarzenia. Pracownicy Biura Marki i Wizerunku na prośbę innych komórek organizacyjnych Urzędu czynnie włączają się w działania organizacyjne danego wydarzenia w zakresie konsultacji i/lub realizacji oprawy wizualnej poprzez wkomponowanie wybranych materiałów w ogólną scenografię wydarzenia, w sposób uwidaczniający logo Marki Mazowsze oraz/lub inne elementy Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Założeniem tego działania promocyjnego jest wyeksponowanie logo Marki Mazowsze w widocznych miejscach w trakcie trwania wydarzenia, a w rezultacie budowanie i utrwalanie nowego wizerunku regionu.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego					
8o	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Konferencja "II Kongres Promocji Mazowsza" Uczestnicy: ok. 200 osób	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia personalizowane,</li> <li>- banner na stronie www.mazovia.pl z przekierowaniem na stronę projektu: www.kongrespromocji.mazovia.pl,</li> <li>- promocja eventu na łamach magazynów branżowych,</li> <li>- publicity eventu w branży.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> <li>- wystawa fotografii z Mazowsza,</li> <li>- relacje w mediach.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronie projektu: www.kongrespromocji.mazovia.pl,</li> <li>- artykuł w „Kronice Mazowieckiej”,</li> <li>- rozesłanie mailingu i ankiety do uczestników po konferencji.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja parasolowej marki Mazowsze w oparciu o wykorzystanie marek subregionalnych przy jednoczesnym zaangażowaniu mniejszych jednostek samorządu terytorialnego (miasta, powiaty, gminy);</li> <li>* poszukiwanie pól współpracy samorządów z terenu województwa mazowieckiego na rzecz skoordynowanej, synergicznej promocji województwa i jego walorów turystycznych, kulturowych, gospodarczych;</li> <li>* przedstawienie najnowszych narzędzi, usług oraz trendów w marketingu miejsc, tj. informacji niezbędnych do prowadzenia przez regiony efektywnych działań promocyjnych, szczególnie w dobie kryzysu finansowego;</li> </ul>	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja skierowana jest do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego z terenu województwa mazowieckiego odpowiedzialnych za promocję. W ramach konferencji zaplanowane są wystąpienia, debaty, panele dyskusyjne. Koncepcja programowa zakłada realizację założonych celów działania poprzez doskonalenie kompetencji przedstawicieli ww. jednostek w tematyce marketingu terytorialnego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.1) Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.1a	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Otwarcie sezonu koncertowego: Laureaci nagrody "Złoty Parnasów" VI Forum Pianistycznego "Bieszczady bez granic" w Sanoku ( fortepian) Michał Chorościński ( recytacja)  Wystawa ze zbiorów Płockiej Galerii Sztuki.	Otwarcie sezonu koncertowego zapowiadane będzie poprzez umieszczenie informacji nie odpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną tj.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• www.ecasanniki.pl,</li> <li>• www.lotmazowszechopina.pl,</li> <li>• www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl,</li> <li>• www.plot.pl.</li> </ul> W prasie : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodnik Płocki,</li> <li>• Nowy łowiczanin,</li> <li>• Express płocki,</li> <li>• Echo powiatu,</li> <li>• Kronika Mazowiecka,</li> <li>• Wieści z nad Wisły,</li> </ul> Głos Gostynina. Na wszystkie imprezy planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować wydarzenia kulturalne. Poza tym przesłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji. Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach. Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących z instytucją , szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy , gmin ościennych oraz w regionie. Dokładne informacje na temat działań kulturalnych w instytucji zamieszczane na stronie Centrum www.ecasanniki.pl tj.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów,</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń, zaproszenia i bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydane przez instytucję.</li> </ul> Wydarzeniom towarzyszyć będą : wystawy o różnej tematyce m.in. Malarstwo, grafika, fotografia , rzeźba i inne. Po każdym z wydarzeń kulturalnych zamieszczona będzie relacja na w/w stronach internetowych i w prasie udokumentowana zdjęciami. Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury , tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z mediami w szerszym zakresie.	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	19 lutego 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.1b	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski Edward Wolanin ( fortepian) Krzysztof Gosztyła ( recytacja) Wystawa pastelii autorstwa Krystyny Brzozowskiej „ Pejzaż”	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	4 marca 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Koncerty chopinowskie są stałą ofertą kulturalną , odbywają się cyklicznie od 32 lat w każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. W koncertach uczestniczą miłośnicy muzyki klasycznej i twórczości Chopina, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek kompozytora z miejscowością i tradycją regionu. Motywują organizatorów do nowych wyzwań i działań aby forma tej oferty kulturalnej była bardziej atrakcyjna i zyskała nowych odbiorców. W ofercie dla młodych odbiorców są koncerty edukacyjne, które przyczynią się do poznawania muzyki klasycznej, twórczości znanych kompozytorów a tym samym pomogą odkryć pasje i zainteresowania jakie drzeмиą w młodych pokoleniach.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1c	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert dedykowany Pamięci Tatiany Szebanowej i Krzysztofa Kolberga Wykonawcy : Rodzina Drzewieckich –Jarosław Drzewiecki, Stanisław Drzewiecki z żoną Jekateriną Sarajewą Drzewicką, Recytacja poezji -Anna Romantowska  Wystawa malarstwa autorstwa Tadeusza Zaremby „ Sanniki bliżej morza”	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	1 kwietnia 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1d	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Wieża malowana” – wspomnienie o Wojciechu Siemionie „Wykonawcy: Joanna Maklakiewicz – fortepian Joanna Kasperska i Józef Pleśa Wystawa fotograficzna wspomnienia o Wojciechu Siemionie w opracowaniu Anny Sobol	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	22 kwietnia 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1e	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski Wykonawcy: Karol Radziwonowicz – fortepian Recytacja ;Edyta Jungowska Wystawa Malarstwo Jakuba Ćwiczekowskiego	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	6 maja 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Koncerty chopinowskie są stałą ofertą kulturalną, odbywają się cyklicznie od 32 lat w każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. W koncertach uczestniczą miłośnicy muzyki klasycznej i twórczości Chopina, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek kompozytora z miejscowością i tradycją regionu. Motywują organizatorów do nowych wyzwań i działań aby forma tej oferty kulturalnej była bardziej atrakcyjna i zyskała nowych odbiorców. W ofercie dla młodych odbiorców są koncerty edukacyjne, które przyczynią się do poznawania muzyki klasycznej, twórczości znanych kompozytorów a tym samym pomogą odkryć pasje i zainteresowania jakie drzemią w młodych pokoleniach.</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1f	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	<p>Koncert „Muzyczna Europa” Wykonawcy: Teresa Kaban – fortepian Henryk Błążej - flet Recytacja – Piotr Bajor i Ewa Domańska poezja noblistów z Europy.</p> <p>Wystawa zbiorowa „Podróże po Europie”</p>	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	3 czerwca 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.1g	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Recital fortepianowy Wykonawcy: Anna Jastrzębska - Quinn –fortepian, Tomasz Bajerski –fortepian, Stanisława Celińska poezja śpiewana Wystawa -Malarstwo Alojzego Balcerzaka	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	1 lipca 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.1h	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Recital fortepianowy Wykonawcy: Elżbieta Karaś –Krasztel – fortepian Recytacja- Dariusz Kuba Jakubowski Wystawa malarstwa Marcina Cabak	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	5 sierpnia 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1i	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Karawany Europy” Plenerowe spektakle teatralne, atrakcyjne działania animacyjne. Współpraca z Mazowieckim Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	25 sierpnia 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1j	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„44 Niedziela sannicka” Festyn ludowy/ impreza plenerowa połączona z muzyką klasyczną (koncert operetkowy) i muzyka współczesna	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	26 sierpnia 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.1k	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski Wykonawcy: Maria Stańczyk – fortepian Recytacja -Maria Pakulnis  Wystawa malarstwa Janusza Lewandowskiego	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	2 września 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Koncerty chopinowskie są stałą ofertą kulturalną, odbywają się cyklicznie od 32 lat w każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. W koncertach uczestniczą miłośnicy muzyki klasycznej i twórczości Chopina, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek kompozytora z miejscowością i tradycją regionu. Motywują organizatorów do nowych wyzwań i działań aby forma tej oferty kulturalnej była bardziej atrakcyjna i zyskała nowych odbiorców. W ofercie dla młodych odbiorców są koncerty edukacyjne, które przyczynią się do poznawania muzyki klasycznej, twórczości znanych kompozytorów a tym samym pomogą odkryć pasje i zainteresowania jakie drzemią w młodych pokoleniach.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.11	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski Wykonawcy; Jerzy Sterczyński – fortepian, Anna Seniuk – recytacja  Wystawa pastelii Barbary Perlikowskiej	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	14 października 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Koncerty chopinowskie są stałą ofertą kulturalną , odbywają się cyklicznie od 32 lat w każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. W koncertach uczestniczą miłośnicy muzyki klasycznej i twórczości Chopina, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek kompozytora z miejscowością i tradycją regionu. Motywują organizatorów do nowych wyzwań i działań aby forma tej oferty kulturalnej była bardziej atrakcyjna i zyskała nowych odbiorców. W ofercie dla młodych odbiorców są koncerty edukacyjne, które przyczynią się do poznawania muzyki klasycznej, twórczości znanych kompozytorów a tym samym pomogą odkryć pasje i zainteresowania jakie drzemią w młodych pokoleniach.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.11	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Wieczór narodowy „Romanse rosyjskie” Rosja na bis z cyklu imprez narodowych: Wykonawcy; Wiesław Bednarek –baryton, Andrzej Płonczyński i- fortepian, Tadeusz Melon –skrzypce.	jak wyżej	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów partnerskich mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	18 listopada 2012 r. sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75 .
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.1m	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Festiwal „z Pasją na Ty” Projekt interdyscyplinarny	Projekt interdyscyplinarny zorganizowany w formie warsztatów , spotkań z artystami i twórcami o różnych nurtach kulturowych, gdzie finalnym zamiarem jest zorganizowanie festiwalu , który będzie promował dokonania uczestników oraz ich integrował.  Realizacja projektu jest jedną z form promocji bieżącej działalności Centrum, ponadto informacja o rozpoczęciu projektu zamieszczona zostanie na stronach instytucji i organizacji współpracujących oraz poprzez zaproszenia bezpośrednio skierowane do grupy uczestników uwzględnionych w projekcie ( młodzież i dorośli).  W trakcie realizacji i po zakończeniu projektu planowane jest wydanie folderów i ulotek promujących działania Centrum w formie papierowej oraz na płycie CD. Prezentacje instrumentalne, wokalne i plastyczne dotyczące projektu.  W planach jest także wyjazd na spektakl do teatru lub do muzeum w Warszawie , który będzie atrakcją i zachęci do udziału w/w projekcie.	Zorganizowanie działań poprzez, które uczestnicy będą mogli zaprezentować to co w nich wartościowe i pasjonujące i czym będą mogli się pochwalić przed szerszą publicznością. Festiwal to promocja dokonań uczestników i działalności organizatorów, którym jest Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina. To także integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych i uaktywnienie ich do wspólnych działań w, których mogą osiągnąć sukces	od 15 lutego 2012 r. do 15 grudnia 2012 r. GOK w Sannikach i sala koncertowa Urzędu Gminy, ul. Wólczyńska 75
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt interdyscyplinarny jest projektem partnerskim z gminnym Ośrodkiem Kultury w Sannikach. Projekt zakłada że poprzez działania warsztatowe zostaną rozbudzone zainteresowania u ponad 100 osób. Prezentacje artystyczne i festiwal uaktywni pośrednio i bezpośrednio razem ok. 800 osób. Finalnie w festiwalu planowane jest wyłonienie ok. 15 osób z talentem i pasją. Partnerstwo w projekcie z GOK umocni współpracę . Publikacja folderów pozwoli na promowanie instytucji i działalności w szerszym kręgu kulturalnym, społecznym i dotrze do szerszego grona melomanów, którzy zapragną włączyć się w działania kulturalne Centrum.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.1n	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Piękno odnalezione” Udział w projekcie promującym organizowanym przez Fundację „Postive Image „w Świdnicy.	Organizator Fundacja „ Postive Image” zobowiązuje się do promowania Centrum wg . regulaminu tj. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informacje o instytucji na portalu <a href="http://www.castelesandpalaces.pl">www.castelesandpalaces.pl</a>,</li> <li>• wystawy plenerowe fotografii na trakcie królewskim w Warszawie w czasie Euro 2012,</li> <li>• Lipiec – sierpień na terenie Dworku Białoprądnickiego w Krakowie oraz w Muzeum Piśmiennictwa i Muzyki Kaszubsko-Pomorskiej i Pałacu Przebendowskich w Wejherowie</li> <li>• Kolportaż folderów i ulotek promocyjnych w jez. polskim i angielskim <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wydanie albumu wirtualnego</li> <li>• Wystawy muzealne</li> </ul> </li> </ul>	Promocja instytucji za pośrednictwem partnerstwa w projekcie na skalę kraju i zagranicy. Dotarcie i zainteresowanie większej rzeszy odbiorców działalnością instytucji , przedstawienie oferty kulturalnej, edukacyjnej jak i turystycznej.	styczeń-sierpień 2012 r. Realizacja na terenie kraju
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt „Piękno odnalezione” uwzględnia promocję instytucji wg . uzgodnionych pierwotnie zasad, przez co działalność jednostki zostanie dostrzeżona w kraju i zagranicą. Promocja projektu przewiduje prezentację instytucji podczas wystaw plenerowych, wydanie i kolportaż folderów i ulotek oraz albumu wirtualnego w różnych regionach Polski w czasie ważnych wydarzeń. W ten sposób działalność Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina zostanie dostrzeżona przez większej rzeszy odbiorców , turystów a co najważniejsze miłośników muzyki klasycznej i twórczości Chopina.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.1o	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Projekt rozwoju i promocji Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach w świetle zakończenia realizacji projektu w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 pn.: „Rewaloryzacja Zespołu Pałacowo-Parkowego im. Fryderyka Chopina”.	<p>Opracowanie projektu z planem działań uwzględniającym:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Działalność Centrum,</li> <li>• Zespół Pałacowo- Parkowy oraz zabytki na terenie gminy Sanniki</li> <li>• Szlaki i trasy turystyczne,</li> <li>• Atrakcje przyrodnicze,</li> <li>• Wypracowanie produktu turystycznego,</li> <li>• Kulturę i tradycje gminy i regionu,</li> <li>• Wydarzenia i imprezy kulturalne ,</li> <li>• Potrawy i produkty regionalne.</li> <li>• Punkt informacji turystycznej</li> </ul> <p>Opracowanie w/w planu przy udziale instytucji działających na terenie gminy, właścicieli gospodarstw agroturystycznych, twórców ludowych, właścicieli punktów gastronomicznych działających na terenie gminy oraz lokalnych władz samorządowych..Określenie metod wdrażania i realizacji działań według wypracowanego planu działań oraz sporządzenie biznes planu.</p>	<p>Promocja i rozwój działalności instytucji poprzez partnerstwo i wspólne działania przedstawicieli różnych grup społecznych, którzy mają jeden wspólny cel rozwój gminy i regionu co wiąże się ze stworzeniem warunków do osiągnięcia powyższego celu.</p> <p>Odpowiednia promocja i zachęcające warunki zwrócą zainteresowanie turystów z kraju i zagranic, którzy chętnie będą odwiedzać miejsce związane z historycznym pobytem Fryderyka Chopina w Sannikach</p>	<p>styczeń-czerwiec 2012 r. Realizacja na terenie gminy Sanniki.</p>

**OPIS DZIAŁANIA**

Opracowanie projektu rozwoju i promocji Centrum jest strategicznym elementem działalności instytucji. Ważne jest aby w projekcie uwzględnić współpracę z lokalną społecznością co pomoże przy realizacji zamierzonych celów. Jednocześnie przyczyni się do poprawy dotychczasowej aktywności nie tylko Centrum ale działalności usługowej drobnych przedsiębiorców, wzrostu zainteresowania ofertą kulturalną i turystyczną miejscowości i regionu. Wypracowanie produktu turystycznego będzie utożsamiało się z miejscem działalności i propagowania twórczości Fryderyka Chopina.

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

**(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki**

**(8.2) Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie**

8.2a	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Ekspozycja na XVIII Międzynarodowych Targach Wydawców Katolickich w Warszawie	<p>Dzierżawa modułu stoiska ekspozycyjnego w Arkadach Kubickiego w Warszawie, promocja i sprzedaż publikacji wydanych przez Instytut, dystrybucja materiałów promocyjnych z informacjami o ofercie wydawniczej i bieżącej działalności IPJP2, prezentacja w katalogu wystawców</p>	<p>Dotarcie z ofertą wydawniczą do klientów indywidualnych i księgarzy, zaakcentowanie działalności i budowanie rozpoznawalnej marki Instytutu obok innych znaczących wydawców branży księgarskiej na rynku krajowym, upowszechnienie wiedzy o życiu i nauczaniu Jana Pawła II</p>	<p>20-22 kwietnia 2012 r.</p>
------	--	---	--	--	-------------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2b	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	III Warszawskie Targi Książki w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie	Dzierżawa modułu stoiska ekspozycyjnego w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie, promocja i sprzedaż publikacji wydanych przez Instytut, dystrybucja materiałów promocyjnych z informacjami o ofercie wydawniczej i bieżącej działalności IPJP2, prezentacja w katalogu wystawców	Dotarcie z ofertą wydawniczą do klientów indywidualnych i księgarzy, zaakcentowanie działalności i budowanie rozpoznawalnej marki Instytutu obok innych znaczących wydawców branży księgarskiej na rynku krajowym i międzynarodowym, upowszechnienie wiedzy o życiu i nauczaniu Jana Pawła II	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2c	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Bieżąca promocja projektów realizowanych przez Instytut (papieskie sympozja, sesje, koncerty, konkursy, panele, warsztaty)	Tworzenie odrębnych stron internetowych poświęconych projektom, druk plakatów i ulotek dotyczących, dystrybucja na terenie woj. mazowieckiego (w przypadku akcji ogólnopolskich – dystrybucja na cały kraj) prezentacje medialne projektów (radio, prasa, Internet), zakup powierzchni reklamowej w prasie, bezpośredni mailing do grup i środowisk, do których adresowane są projekty, listy intencyjne do sponsorów, pozyskanie patronatów medialnych	Nagłośnienie akcji oraz pozyskanie dodatkowych środków na działania prowadzone przez Instytut m.in. Dziecięcia Akademia Teatralna im. Karola Wojtyły, Papieskie Dęby w Szpitalach Dziecięcych, cykl konferencji poświęconych edukacji aksjologicznej w kontekście nauczania Jana Pawła II, Ogólnopolski Konkurs Papieski itd.	według grafiku działań poszczególnych projektów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2d	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Kursy doskonalenia zawodowego dla nauczycieli w zakresie edukacji aksjologicznej według nauczania Jana Pawła II	W 2010 roku Instytut razem z Kuratorium Oświaty i Mazowieckim Centrum Doskonalenia Nauczycieli zainicjował cykl sympozjów aksjologicznych w kontekście nauczania Jana Pawła II, które odbywały się w delegaturach województwa mazowieckiego. Temat spotkał się z bardzo dużym oddźwiękiem środowisk szkolnych na Mazowszu, wśród których IPJP2 staje się coraz bardziej wyrazistą marką, propagującą dziedzictwo wartości Jana Pawła II, kontynuowano go w roku 2011 i również współpracę poprzez uruchomienie nowej oferty: Kursów doskonalenia zawodowego dla nauczycieli oparte o świat wartości w nauczaniu Jana Pawła II. Projekt będzie realizowany również w roku 2012. Partnerstwo z Kuratorium Oświaty i Mazowieckim Centrum Doskonalenia Nauczycieli pozwala na korzystanie z szeroko z rozwiniętych kontaktów i kanałów dystrybucyjnych podmiotów działających w środowisku oświatowym	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II, zainteresowanie i współpraca ze środowiskiem szkolnym i akademickim, wychowywanie do wartości młodego pokolenia, budowanie rozpoznawalnej marki Instytutu w kręgach edukacyjnych	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.2e	Institut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Dziecięca Akademia Teatralna im. Karola Wojtyły	Warsztaty teatralne oparte na teatrze lalek mające na celu budowanie świadomości lokalnej. Projekt jest skierowany do dzieci ze szkół podstawowych z utrudnionym dostępem do zróżnicowanej oferty edukacyjnej ze względu na odległość od dużych ośrodków kulturowych oraz sytuację materialną i mentalność ich rodziców. Projekt posiada własną stronę internetową z interaktywnym forum. We współpracy zaangażowani są znani i rozpoznawalni artyści teatralni i plastycy.	Dotarcie z ofertą kulturalną i upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II w zakresie działalności teatralnej, do środowisk wiejskich województwa mazowieckiego, budowanie wizerunku Instytutu poza obrębem dużych ośrodków kulturowych	październik 2012 r. – maj 2013 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2f	Institut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Papieskie Dęby w Szpitalach Dziecięcych	Projekt aranżacji wnętrz szpitali pediatrycznych pod hasłem „Papieskie ogrody”. Stworzenie przyjaznych warunków pobytu na oddziale dla najmłodszych pacjentów. Na ścianach oprócz barwnych dekoracji pojawiają się niosące nadzieję myśli z nauczania Jana Pawła II dotyczące wartości cierpienia i godności osób chorych.	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II w środowisku lekarskim i wśród pacjentów szpitali pediatrycznych, niesienie papieskiego przesłania o nadziei i sensie cierpienia, budowanie rozpoznawalności marki Instytutu poprzez działalność charytatywną	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.2g	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Ogólnopolski Konkurs Papieski	Kolejna edycja cieszącego się ogromnym zainteresowaniem konkursu literackiego konkursu ogólnopolskiego poświęconego zagadnieniom z nauczania Jana Pawła II. Konkurs jest już rozpoznawalnym i oczekiwanym „wydarzeniem” na ogólnopolskiej mapie papieskich eventów i z roku na rok realizowany jest z coraz większym rozmachem	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II, budowanie wizerunku Instytutu w skali ogólnopolskiej	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2h	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Warsztaty ekumeniczne dla gimnazjalistów	Warsztaty wokół dialogu międzyreligijnego w oparciu o nauczanie Jana Pawła II. Spotkania gimnazjalistów z przedstawicielami różnych wyznań, połączone z pracą indywidualną i zajęciami w grupach.	Aktywizacja młodzieży, niwelowanie uprzedzeń rasowych i religijnych, upowszechnianie idei ekumenizmu Jana Pawła II	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2i	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Filmowe spotkania o Janie Pawle II	Pokazy filmowe i dyskusje dot. osoby Jana Pawła II.	Zachęta do pogłębiania wiedzy o pontyfikacie Jana Pawła II wśród dorosłych i seniorów.	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2j	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Papamobile - Superstar	Warsztaty dla najmłodszych – poprzez aktywizujące zabawy i możliwość przejażdżki miniaturą papamobile przedszkolakom przybliżana jest postać Jana Pawła II. Warsztaty odbywają się w przedszkolach województwa mazowieckiego.	Propagowanie poprzez zabawę wiedzy o życiu i pontyfikacie Jana Pawła II	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2k	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Sobotnie Pokazy filmowe dla dzieci	Pokazy filmowe dla dzieci i dorosłych, połączonych z dyskusją, wykładem lub zajęciami edukacyjnymi.	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II wśród najmłodszych	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.21	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	„Chcemy Pamiętać”	20 lekcji – spotkań młodzieży szkolnej ze świadkami historii związanej z Janem Pawłem II, poprzedzonych działaniami promocyjnymi.	Upamiętnienie historii związanej z Janem Pawłem II, budowanie wizerunku IPJP2 poprzez inicjatywy kulturalne	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.21	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Archiwum Wspomnień JP2	Zbieranie wspomnień związanych ze spotkaniem z Janem Pawłem II przez młodzież gimnazjalną i licealną	Upamiętnienie historii związanej z Janem Pawłem II	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2m	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Konferencje związane z nauczaniem Jana Pawła II	Konferencje związane z dziedzictwem Jana Pawła II. Słowo i Obraz w nauczaniu Jana Pawła II, Rodzina w nauczaniu Jana Pawła II i Prymasa Wyszyńskiego, Tożsamość ciała wokół wykładów Jana Pawła II, Azjatyckie ośrodki kultury, a Jan Paweł II – Mongolia, Kazachstan, Nauka społeczna Jana Pawła II na Mazowszu	Upowszechnienie nauczania Jana Pawła II w środowisku naukowym. Budowanie wizerunku IPJP2 wśród środowisk akademickich	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.2n	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Wychowanie w szkole wg nauczania Jana Pawła II	Konferencja dla rodziców i nauczycieli województwa mazowieckiego	Upowszechnienie nauczania Jana Pawła II dotyczące wychowania. Promocja IPJP2 w środowiskach szkolnych	2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.2o	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Dzień Papieski 2012	Wydarzenia kulturalne związane z upamiętnieniem osoby Jana Pawła II	Upamiętnienie osoby Jana Pawła II. Budowanie wizerunku IPJP2 poprzez inicjatywy kulturalne	22 października 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.2p	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Rocznica śmierci Jana Pawła II	Wydarzenie kulturalne związane z dziedzictwem Jana Pawła II i upamiętnieniem jego osoby	Upamiętnienie dziedzictwa Janem Pawła II, budowanie wizerunku IPJP2 poprzez inicjatywy kulturalne	2 kwietnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.2r	Institut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Rocznica beatyfikacji błogosławionego Jana Pawła II	Wydarzenie kulturalne związane z upamiętnieniem osoby Jana Pawła II, rocznicą beatyfikacji i jego dziedzictwa	Upamiętnienie historii związanej z Janem Pawłem II, upamiętnieniem beatyfikacji i oczekiwaniem na kanonizację. Budowanie wizerunku IPJP2 poprzez inicjatywy kulturalne	maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.3) Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3a	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Sezon teatralny 2011/2012 i 2012/2013 na Bielańskiej Scenie Kameralnej Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury w Warszawie  Widownia: na każdym spektaklu może być maksymalnie 210 osób	Przez cały sezon teatralny od października 2011 do maja 2012 oraz od października 2012 do maja 2013 będą realizowane następujące działania: 1) druk plakatów i afiszy repertuarowych, ulotek, oraz ich ekspozycja na miejskich tablicach, słupach ogłoszeniowych, w punktach informacyjnych na terenie Warszawy (od 13 do 304 takich miejsc); 2) druk biletów i zaproszeń VIP; 3) reklamy prasowe z repertuarem SCENY W MUZEUM w prasie lokalnej i ogólnopolskiej, w dodatkach prasowych dotyczących kultury i edukacji min.: Gazeta Wyborcza, Polska The Times, Metro, Dziennik Gazeta Prawna, Fakt, Echo Bielan, Łomianek i Żoliborza; 4) przeprowadzenie kampanii sms na początku każdego sezonu teatralnego z informacją o rozpoczęciu działalności SCENY W MUZEUM do 70.000 mieszkańców Warszawy ; 5) ekspozycja roll-upów reklamujących produkcja MTM w kasie i we foyer SCENY W MUZEUM; 6) prezentacja repertuaru i SCENY W MUZEUM na stronie www.mtmteatr.eu ; 7) na początku sezonu przeprowadzenie kampanii mailingowej do 13.000 mieszkańców Warszawy, którzy interesują się kulturą wysoką; 8) wysyłanie newsletters z bieżącym repertuarem BSK (dwa razy w tygodniu) 9) zamieszczanie informacji o bieżącym repertuarze na profilu facebook (aktualnie mamy około 3.000 znajomych). 10) działania PR - m.in.: wysyłanie informacji o bieżącym repertuarze do działów programowych w mediach, artykuły w prasie, wywiady w radiu i telewizji.	1) promocja spektakli wystawianych na BSK; 2) promocja samej sceny i możliwości jej wynajmu dla firm zewnętrznych; 3) reklama sprzedaży biletów na spektakle z bieżącego repertuaru; 4) promocja MTM; 5) realizacja specjalnego programu muzycznego skierowanego do dzieci; 6) promocja wysokiej kultury na terenie dzielnicy Bielany	sezon teatralny 2011/2012; sezon teatralny 2012/2013; Bielańska Scena Teatralna im. Jana Kiepury w Warszawie, ul. Żeromskiego 29

#### OPIS DZIAŁANIA

Repertuar na Bielańskiej Scenie Kameralnej Mazowieckiego Teatru Muzycznego został podzielona na trzy cykle: MONODRAMY GWIAZD, RECITALE SŁAW i EDUKACYJNE PORANKI MUZYCZNE DLA DZIECI MUZYKA GÓRĄ! ZAPRASZA TOMASZ KAMMEL. Naszym widzom przedstawiamy ciekawe spektakle w najlepszych, mistrzowskich wykonaniach. Wybieramy przedstawienia, które zdobyły liczne nagrody na festiwalach teatralnych w Polsce i na świecie. Współpracują z nami: Marian Opania, Anna Seniuk, Wojciech Pszoniak, Sława Przybylska, Joanna Szczepkowska, Artyści Piwnicy pod Baranami i wielu innych. Mocny akcent kładziemy na aspekt edukacyjny dzieci i młodzieży. Przygotowaliśmy cykl spotkań muzycznych dla najmłodszych. W każdą niedzielę o 12.30 (z wyłączeniem wakacji i świąt) są organizowane przedstawienia edukacyjne MUZYKA GÓRĄ! prowadzone przez Tomasza Kammela. W sezonie 2011/2012 na Bielańskiej Scenie Kameralnej Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury spektakle są grane dwa razy w tygodniu w soboty o godz. 18.00 i w niedziele o godz. 12.30. W sezonie 2012/2013 planowane są także spotkania muzyczne dla szkół, w piątki przed południem klasy 1-3, po południu klasy 4-6. W piątkowe wieczory o 19.30 grane będą spektakle dla dorosłych i będące produkcjami MTM.

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3b	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Sezon teatralny Mazowieckiego Teatru Muzycznego 2011/2012 i 2012/2013 w Sali Koncertowej Filharmonii Narodowej. Widownia: każdorazowo na koncercie może być 1072 osoby	Przez cały sezon teatralny od października 2011 do maja 2012 oraz od października 2012 do maja 2013 będą realizowane następujące działania: 1) druk plakatów i afiszy repertuarowych, ulotek, oraz ich ekspozycja na miejskich tablicach, słupach ogłoszeniowych, w punktach informacyjnych na terenie Warszawy (od 13 do 304 takich miejsc); 2) druk biletów i zaproszeń VIP; 3) reklamy prasowe z repertuarem MTM wystawianym w FN w prasie lokalnej i ogólnopolskiej, w dodatkach prasowych dotyczących kultury i edukacji min.: Gazeta Wyborcza, Polska The Times, Metro, Dzinik Gazeta Prawna, Fakt; 4) przeprowadzenie kampanii mailingowej na początku każdego sezonu teatralnego z informacją o rozpoczęciu sezonu w FN do 13.000 mieszkańców Warszawy interesujących się kulturą wysoką; 5) ekspozycja roll-upów reklamujących produkcje MTM we foyer FN; 6) prezentacja repertuaru MTM granego w FN na stronie www.mtmteatr.eu i www.filharmonia.pl; 7) na początku sezonu przeprowadzenie kampanii internetowej typu AdTaily na pięciu portalach dotyczących kultury promującej zakup abonamentów na nowy sezon; 8) wysyłanie newsletters z bieżącym repertuarem KLASYKA OPERETKI (dwa razy w tygodniu) 9) zamieszczanie informacji o bieżącym repertuarze na profilu facebook (aktualnie mamy około 3.000 znajomych); 10) działania PR - m.in.: wysyłanie informacji o bieżącym repertuarze do działów programowych w mediach, artykuły, wywiady.	1) promocja spektakli i wersji koncertowo-scenicznych przedstawień operetkowych MTM wystawianych w Filharmonii Narodowej; 2) reklama sprzedaży biletów na spektakle z bieżącego repertuaru; 3) promocja wysokiej kultury z cyklu KLASYKA OPERETKI	sezon teatralny 2011/2012; sezon teatralny 2012/2013; Sala Koncertowa Filharmonii Narodowej w Warszawie, ul. Sienkiewicza 10
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w sezonie artystycznym 2011/2012 oraz 2012/2013 będzie kontynuować cykl koncertów KLASYKA OPERETKI Z MTM. Raz w miesiącu w Sali Koncertowej Filharmonii Narodowej wystawiane będą koncertowo-sceniczne lub sceniczne wersje znanych i lubianych operetek. Będzie można zobaczyć między innymi: „Zemstę nietoperza”, „Hrabinę Maricę”, „Księżniczkę czardasza”, „Wesołą wdówkę”, „Dwie myszy i kot” (11 czerwca 2012 roku światowa prapremiera współczesnej operetki napisanej specjalnie na zamówienie Mazowieckiego Teatru Muzycznego).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3c	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Sezon teatralny Mazowieckiego Teatru Muzycznego 2011/2012 i 2012/2013 na SCENIE W MUZEUM. Widownia: każdorazowo na przedstawieniu może być 120 osób	Przez cały sezon teatralny od października 2011 do maja 2012 oraz od października 2012 do maja 2013 będą realizowane następujące działania: 1) druk plakatów i afiszy repertuarowych, ulotek, oraz ich ekspozycja na miejskich tablicach, słupach ogłoszeniowych, w punktach informacyjnych na terenie Warszawy (od 13 do 304 takich miejsc); 2) druk biletów i zaproszeń VIP; 3) reklamy prasowe z repertuarem SCENY W MUZEUM w prasie lokalnej i ogólnopolskiej, w dodatkach prasowych dotyczących kultury i edukacji min.: Gazeta Wyborcza, Polska The Times, Metro, Dziennik Gazeta Prawna, Fakt; 4) przeprowadzenie kampanii mailingowej na początku każdego sezonu teatralnego z informacją o rozpoczęciu działalności SCENIE W MUZEUM do 13.000 mieszkańców Warszawy, którzy interesują się wysoką kulturą; 5) ekspozycja roll-upów reklamujących produkcja MTM w kasie i we foyer SCENY W MUZEUM; 6) prezentacja repertuaru i SCENY W MUZEUM na stronie www.mtmteatr.eu; 7) ekspozycja zapowiedzi WIECZORÓW MISTRZÓW na nośniku typu super-scroll przy Muzeum Niepodległości; 8) wysyłanie newsletters z bieżącym repertuarem SCENY W MUZEUM (dwa razy w tygodniu) 9) zamieszczanie informacji o bieżącym repertuarze na profilu facebook (aktualnie mamy około 3.000 znajomych); 10) działania PR - m.in.: wysyłanie informacji o bieżącym repertuarze do działów programowych w mediach, artykuły w prasie, wywiady w radiu i telewizji.	1) promocja spotkań na SCENIE W MUZEUM; 2) promocja samej sceny jako nowego, ciekawego miejsca kulturalnych spotkań; 3) reklama sprzedaży biletów na kolejne spotkania; 4) promocja MTM; 5) współpraca programowa i promocyjna z Radiem dla Ciebie.	sezon teatralny 2011/2012; sezon teatralny 2012/2013; Muzeum Niepodległości w Warszawie w Warszawie, al. Solidarności 62
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w sezonie artystycznym 2011/2012 otworzył swoją nową scenę – SCENĘ W MUZEUM (Muzeum Niepodległości, al. Solidarności 62). Raz w miesiącu organizowane są tam WIECZORY MISTRZÓW ze znanymi i cenionymi w kraju i na świecie Artystami. Bohaterami spotkań są muzycy-wirtuozi, kompozytorzy, dyrygenci, śpiewacy, piosenkarze, aktorzy i reżyserzy. Opowiadają o swoich pasjach i sukcesach. Każdy wieczór jest ilustrowany muzyką, którą lubią nasi goście (w miarę możliwości jest to muzyka „na żywo”). Niektórzy sami grają lub śpiewają. Ze swojej strony MTM przygotowuje także niespodzianki dla MISTRZÓW i dla publiczności! W tym sezonie na SCENĘ W MUZEUM zaprosiliśmy: Jerzego Maksymiuka, Irka Dudka, Zbigniewa Hołdysa, Wadima Brodskiego, Wiesława Ochmana i Krzysztofa Jakowicza. Partnerem medialnym w realizacji niniejszego projektu jest Radio Dla Ciebie, które transmituje kolejne wieczory. Całość prowadzą dziennikarze RDC Anna Karna i Marek Wiernik.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3d	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Uroczysta Gala Rozdania Teatralnych Nagród Muzycznych im. Jana Kiepury w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach. Widownia: na koncercie może być maksymalnie 540 osób	1) ulotki reklamujące Galę (nakład około 10.000 egz. dystrybuje w 304 punktach w Warszawie w w kasach biletowych MTM); 2) książeczek programowe Uroczystej Gali sprzedawane przed koncertem; 3) ogłoszenia prasowe min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”, „Fakt”, „Przeгляд”, „Twoja Muza”; 4) plakaty promujące Galę i TNM im. Jana Kiepury na słupach reklamowych; 5) informacja o Gali na www.mtmteatr.eu ; 6) plakaty reklamujące Galę na billboardach na terenie Warszawy (około 15 szt.); 7) druki akcydensowe z logo TNM (wysyłanie min. do teatrów muzycznych w Polsce itp.); 8) roll-upy MTM we foyer sali koncertowej; 9) działania PR w mediach ogólnopolskich i lokalnych (prasa, radio, telewizja, internet); 10) przeprowadzenie kampanii reklamowej w internecie na www.warszawa.naszemiasto.pl; 11) przeprowadzenie mailingu z informacją o Gali do 13.000 mieszkańców Warszawy, którzy interesują się kulturą wysoką; 11) przeprowadzenie kampanii reklamowej typu AdTaily w 5 portalach internetowych o profilu kulturalnym; 12) zamieszczanie informacji o Gali na profilu facebook MTM; 12) ewentualna transmisja lub retransmisja uroczystej Gali Wręczenia TNM im. Jana Kiepury w Programie I Polskiego Radia	1) promocja twórców teatrów muzycznych w całej Polsce; 2) propagowanie twórczości wielkiego polskiego teanora Jana Kiepury; 3) reklama sprzedaży biletów na uroczystą Galę Rozdania Teatralny Nagród Muzycznych im. Jana Kiepury	16 maja 2012 r., godz. zależna od ewentualnej transmisji radiowej, Matecznika Mazowsze w Otrębusach, ul. Świerkowa 2
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Kapituła TEATRALNEJ NAGRODY MUZYCZNEJ im. JANA KIEPURY już po raz szósty przyzna statuetki twórcom teatrów muzycznych. W tym roku nagrody zostaną przyznane w następujących kategoriach: 1. Najlepszy spektakl; 2. Najlepszy śpiewak; 3. Najlepsza śpiewaczka; 4. Najlepszy debiut śpiewak; 5. Najlepszy debiut śpiewaczka; 6. Najlepszy reżyser; 7. Najlepszy dyrygent; 8. Najlepszy tancerz; 9. Najlepsza tancerka; 10. Najlepszy choreograf; 11. Najlepszy scenograf; 12. Nagroda specjalna za całokształt pracy artystycznej.</p> <p>Kapituła w składzie: prof. Zdzisława Donat, prof. Zofia Rudnicka, Maestro Wiesław Ochman, prof. Tadeusz Strugała oraz przewodniczący Włodzimierz Izban, spośród zgłoszeń nadesłanych przez teatry muzyczne w całej Polsce wybierze najlepszych twórców. Jedynie w kategorii nagroda specjalna za całokształt pracy artystycznej wyboru dokonuje kapituła razem z internautami. Melomani mogą głosować na swoich faworytów poprzez stronę www.mtmteatr.eu do 31 marca 2012 roku. Uroczystość wręczenia nagród odbędzie się w dniu urodzin wielkiego śpiewaka – 16 maja 2012 roku w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach, ul. Świerkowa 2. Gośćmi specjalnymi wieczoru będą soliści i pierwszy dyrygent VOLKSOPER w Wiedniu.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3e	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	3. Koncert GUSTAW HOLOUBEK IN MEMORIAM w Zamku Królewskim w Warszawie. Widownia: w Sali Wielkiej Ansamblovej widownia może pomieścić maksimum 400 (w zależności od wielkości orkiestry).	1) ulotki reklamujące koncert Gustaw Holoubek in Memoriam (nakład około 10.000 egz. dystrybucja w 304 punktach w Warszawie w w kasach biletowych MTM); 2) książeczki programowe koncertu sprzedawane przed koncertem; 3) ogłoszenia prasowe min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”, „Fakt”, „Przeгляд”, „Twoja Muza”; 4) plakaty promujące koncert na słupach reklamowych; 5) informacja o koncercie na www.mtmteatr.eu ; 6) roll-upy MTM we Zamku Królewskim ; 7) działania PR w mediach ogólnopolskich i lokalnych (prasa, radio, telewizja, internet); 8) przeprowadzenie kampanii reklamowej w internecie na www.warszawa.naszemiasto.pl; 9) zamieszczanie informacji o koncercie na profilu facebook MTM; 10) ewentualna transmisja lub retransmisja 3. Koncertu Gustaw Holoubek in Memoriam w Programie I Polskiego Radia	1) kultywowanie pamięci Gustawa Holoubka; 2) promocja Mazowieckiego Teatru Muzycznego i artystów z nim związanych; 3) reklamowanie miejsc sprzedaży biletów na koncert	21 kwietnia 2012 r., Sala Wielka Ansamblovej Zamku Królewskiego w Warszawie, godz. 19.00
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Pani Magdalena Zawadzka i Mazowiecki Teatr Muzyczny są współorganizatorami koncertu „Gustaw Holoubek in Memoriam”. Ten niezwykły wieczór odbędzie się już po raz trzeci, 21 kwietnia 2012 roku, w dniu urodzin Wielkiego Aktora. Organizatorzy chcą kultywować pamięć o wybitnym artyście uznali, że forma koncertu będzie najlepsza. Przede wszystkim Gustaw Holoubek kochał muzykę klasyczną, a ponad to muzyka łagodzi obyczaje. W Sali Wielkiej Ansamblovej Zamku Królewskiego w Warszawie wystąpią: Orkiestra Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury pod batutą Tomasza Biernackiego oraz Wiesław Ochman i Jego Goście.</p> <p>W repertuarze koncertu usłyszymy:</p> <p>Wykonawcy:</p> <p>Kaja Danczowska – skrzypce Aneta Dumanowska – altówka Bartosz Koział – wiolonczela Justyna Danczowska – fortepian</p> <p>Małgorzata Kellis – sopran Małgorzata Kustosik – mezzosopran Edyta Piasecka-Durlak – sopran koloraturowy Piotr Friebe – tenor Przemysław Żywczok – bas-baryton</p> <p>Wiesław Ochman – tenor, prowadzenie koncertu</p> <p>Tomasz Biernacki – dyrygent Orkiestra Mazowieckiego Teatru Muzycznego</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3f	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Światowa prapremiera współczesnej operetki "Dwie Myszy i Kot" w Filharmonii Narodowej. Widownia: każdorazowo na koncercie może być 1072 osoby	<p>1) ulotki reklamujące premierę „Dwie myszy i kot” dystrybuowane w 304 punktach na terenie Warszawy i kasach sprzedaży biletów (nakład około 10.000 egz.)</p> <p>2) książeczki programowe sprzedawane przed premierą i podczas kolejnych spektakli (pierwszy nakład 1.000 egz.)</p> <p>3) ogłoszenia prasowe min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”, Fakt, „Przegląd”, „Twoja Muza”</p> <p>4) publikacja ogłoszenia o premierze w folderach FN (trzykrotnie), każdorazowy nakład 8.000 egz.</p> <p>5) plakaty promujące premierę (ekspozycja na słupach i tablicach miejskich oraz w 150 punktach informacyjnych w Warszawie)</p> <p>6) przeprowadzenie mailingu do 13.000 mieszkańców Warszawy z informacją o premierze oraz rozsyłanie newsletters z informacją o premierze</p> <p>7) przeprowadzenie kampanii internetowej typu AdTaily w 5 portalach internetowych</p> <p>8) przeprowadzenie kampanii internetowej na www.warszawa.naszemiasto.pl</p> <p>9) informacja na stronie internetowej www.mtmteatr.eu oraz na profilu MTM facebook</p> <p>10) siatka typu megaboar (300 m2) w Centrum Warszawy</p> <p>11) billboardy na terenie Warszawy (około 15 szt.)</p> <p>12) beklighy na terenie Warszawy (około 2-3 szt.)</p> <p>13) ekspozycja roll-pów MTM we foyer Studia Koncertowego</p> <p>14) działania PR – wywiady z twórcami spektaklu w radiu, telewizji i prasie</p> <p>15) retransmisja premiery w Programie I Polskiego Radia</p> <p>16) nagranie spektaklu premierowego przez TVP INFO i udostępnienie dla potrzeb promocyjnych MTM</p> <p>17) produkcja gadżetów związanych z premierą m.in.: koszulki i buttony.</p>	1) promocja młodych twórców ; 2) promocja MTM jako mecenas sztuki współczesnej; 3) reklama miejsc sprzedaży biletów na przedstawienie	11 czerwca 2012 r., Sala Koncertowa Filharmonii Narodowej w Warszawie, ul. Sienkiewicza 10

#### OPIS DZIAŁANIA

„Dwie myszy i kot” to współczesna operetka napisana specjalnie na zamówienie Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury. Muzykę do przedstawienia napisał młody kompozytor Dariusz Przybylski. Autorem libretta jest Lukasz Szwed. Spektakl reżyseruje Włodzimierz Izban. Scenografię zaprojektował Marek Chowanec, a kostiumy Weronika Karwowska. Ruch sceniczny opracowuje Zofia Rudnicka. Kierownictwo muzyczne nad spektaklem objął młody czeski dyrygent Jiří Petrdlík. Odtwórcami tytułowych postaci będą znakomici polscy śpiewacy. W rolę myszy wcielią się Joanna Jakubas i Alexander Pinderak, jako kot wystąpi Wojciech Gierlach. Światowa prapremiera operetki „Dwie myszy i kot” odbędzie się 11 czerwca w Filharmonii Narodowej w Warszawie. Produkcję tę Mazowiecki Teatr Muzyczny zamierza prezentować na festiwalach operetkowych w Europie (miedzy innymi w Bad Ischl w Austrii w lipcu br.)

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.3g	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Premiera spektaklu "Edith i Marlene" w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach	1) ogłoszenia prasowe: Gazeta Wyborcza; Polska The Times; Dziennik Gazeta Prawna; Metro; Fakt.; Przegląd, Twoja Muza 2) plakaty B1 reklamujące premierę „Edith i Marlene” (nakład 250 szt.) ekspozycja na słupach i w 150 punktach informacyjnych na terenie Warszawy 3) ulotki z zapowiedzią premiery i spektakli (pierwszy nakład 10.000 szt.) dystrybucja w 304 miejscach informacyjnych na terenie Warszawy i w kasach MTM. 4) zaproszeniach VIP na premierę „Edith i Marlene” w postaci CD z wybranymi piosenkami ze spektaklu (nakład około 1.000 egz.) 5) książeczka programowa „Edith i Marlene”. Pierwszy nakład około 1.500 szt. 6) informacje o premierze i spektaklu na stronie internetowej www.mtmteatr.eu 7) 15 szt. tablic reklamowych typu billboard lub citylight eksponowanych w Warszawie na miesiąc przed premierą. Tablice będą eksponowane w różnych miejscach rotacyjnie co dwa tygodnie. 8) przeprowadzenie kampanii radiowej na miesiąc przed premierą w jednej z patronackich stacji radiowych. 9) przeprowadzenie kampanii reklamowej w 50 spotach radiowych emitowanych w stacji internetowej RADIO OPERETKA na miesiąc przed premierą. 10) ekspozycja roll-upów MTM w foyer podczas spektakli „Edith i Marlene” granych w sezonie 2011/2012 i 2012/2013 (począwszy od premiery). 11) przeprowadzenie mailingu do 13.000 mieszkańców Warszawy z informacją o premierze oraz rozsyłanie newsletters z informacją o premierze 12) przeprowadzenie kampanii internetowej typu AdTaily w 5 portalach internetowych 13) przeprowadzenie kampanii internetowej na www.warszawa.naszemiasto.pl 14) działania PR – wywiady z twórcami spektaklu w radiu, telewizji i prasie	1) poszerzenie repertuaru MTM o kolejną teatralną produkcję muzyczną; 2) promocja scen, na których będzie grany spektakl; 3) reklama miejsc sprzedaży biletów na przedstawienie	jesień 2012 r., scena w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach, ul. Świerkowa 2

#### OPIS DZIAŁANIA

Spektakl "Edith i Marlene" węgierskiej dramatopisarki Evy Pataki to opowieść o przyjaźni dwóch wybitnych artystek - Edith Piaf i Marleny Dietrich. Autorka pokazuje, że mimo tak skrajnej różnicy osobowości przyjaźń jest możliwa. Spektakl przeplatany jest największymi przebojami z repertuaru Piaf i Dietrich, co niewątpliwie uatrakcyjni przedstawienie. Inscenizację Mazowieckiego Teatru Muzycznego wyreżyseruje Marta Meszaros, w tytułowe role wcielią się: Katarzyna Groniec i Joanna Trzepiecińska. Spektakl będzie grany w dwóch miejscach na scenie Matecznika w Otrębusach i Bielańskiej Scenie Kameralnej MTM w Warszawie.

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.4) Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie</b>					
8.4a	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna "Kierunek Kultura: Multipolis"	<ul style="list-style-type: none"> <li>* nietypowe działania promocyjne, towarzyszące akcje artystyczne w przestrzeni publicznej;</li> <li>* dokumentacja foto</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* wysyłka komunikatu pokonferencyjnego</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do dziennikarzy i mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych na temat projektu;</li> <li>* specjalna promocja na stronie MCKiS</li> <li>* aktualizacja strony internetowej projektu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego i w środowiskach animatorów kultury z Mazowsza, w kraju i za granicą;</li> <li>* promocja lokalnej polityki kulturalnej wśród władz i organizacji samorządowych;</li> <li>* promocja innowacyjności i integracji w działaniach kulturalnych;</li> <li>* promocja instytucji i centrów kultury w Polsce, Europie i na świecie;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w instytucjach państwowych;</li> <li>* promocja polityki kulturalnej Samorządu Województwa Mazowieckiego;</li> </ul>	styczeń - październik 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Projekt Kierunek Kultura jest prowadzony przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki od 2009 roku i w jego ramach zrealizowano do tej pory: Konkurs Mazowsze: Kierunek Kultura, Konferencję otwierającą, publikację Kierunek Kultura. Promocja regionu przez kulturę a także Warsztaty Mazowieccy Liderzy Kultury oraz Kultura tworzy rozwój. W 2012 roku planujemy kontynuację projektu, w ramach której skupimy się na zagadnieniach: 1. Mazowsze/Warszawa wspólna sprawa?; 2. Sieciowanie w działalności kulturalnej na Mazowszu; 3. Udział społeczności lokalnych Mazowsza w tworzeniu działań kulturalnych; 4. Promocja działań kulturalnych na Mazowszu. Projekt Kierunek Kultura 2012 będzie się składał z dwóch podstawowych modułów: badawczego, w którym przeanalizujemy przedstawione zagadnienia oraz animacyjnego, w ramach którego przeprowadzimy we współpracy z zainteresowanymi organizacjami działającymi w sferze kultury na Mazowszu mikroprojekty skupiające się wokół poruszanych problemów.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4b	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna projektu "Cięcie/Nierozpoznane wymiary rozwoju kulturalnego"	<ul style="list-style-type: none"> <li>* nietypowe działania promocyjne, towarzyszące akcje artystyczne w przestrzeni publicznej;</li> <li>* dokumentacja foto</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* wysyłka komunikatu pokonferencyjnego</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do dziennikarzy i mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych na temat projektu;</li> <li>* specjalna promocja na stronie MCKiS</li> <li>* aktualizacja strony internetowej projektu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego i w środowiskach animatorów kultury z Mazowsza, w kraju i za granicą;</li> <li>* promocja lokalnej polityki kulturalnej wśród władz i organizacji samorządowych;</li> <li>* promocja innowacyjności i integracji w działaniach kulturalnych;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w środowiskach lokalnych, w powiatach Mazowsza i instytucjach państwowych;</li> <li>* promocja polityki kulturalnej Samorządu Województwa Mazowieckiego;</li> </ul>	maj-czerwiec 2012 r., Warszawa, Szydłowiec
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>"Cięcie – interdyscyplinarny projekt edukacyjno-animacyjny" jest działaniem zapoczątkowanym na kongresie „ShortCut Europe 2011”. Cięcie" 2012 zakłada kontynuację działań edukacyjno-artystycznych, realizowanych w miejscach, gdzie dostęp do kultury jest utrudniony ze względu na charakter lokalnych społeczności („peryferyjność”, marginalizacja, bezrobocie, deficyty edukacyjne etc.). Zasadniczym celem projektu "Cięcie" jest opracowanie i upowszechnienie nowoczesnych metod animacji społeczności lokalnych poprzez realizowane równoległe działania edukacyjne i artystyczne.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4c	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja projektu Blok3	<ul style="list-style-type: none"> <li>* nietypowe działania promocyjne, towarzyszące akcje artystyczne w przestrzeni publicznej;</li> <li>* dokumentacja foto</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* wysyłka komunikatu pokonferencyjnego</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do dziennikarzy i mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych na temat projektu;</li> <li>* specjalna promocja na stronie MCKiS</li> <li>* aktualizacja strony internetowej projektu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego i w środowiskach animatorów kultury z Mazowsza, w kraju i za granicą;</li> <li>* promocja lokalnej polityki kulturalnej wśród władz i organizacji samorządowych;</li> <li>* promocja innowacyjności i integracji w działaniach kulturalnych;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w środowiskach lokalnych, w powiatach Mazowsza i instytucjach państwowych;</li> <li>* promocja polityki kulturalnej Samorządu Województwa Mazowieckiego;</li> </ul>	<p>1 lipca 2012 r.  - 20 września 2012 r.,  Berlin, Kaszuby, Warszawa,  Szydłowiec</p>
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Blok3 (blok do potęgi trzeciej) – projekt edukacyjno-artystyczny połączony z około tygodniowym wyjazdem dla młodych mieszkańców warszawskiego osiedla przy ul. Dudziarskiej i grupy młodzieży z osiedla bloków w Szydłowcu (powiat dotknięty jednym z najwyższych wskaźników bezrobocia w kraju – 35,3 % w 08.2011 r.) oraz grupy młodych ludzi z jednego z niemieckich blokowisk (z berlińskiej dzielnicy Marzahn). Będzie polegał na zorganizowaniu cyklu twórczych warsztatów tematycznych oraz realizacji przez młodych ludzi własnego mini projektu.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4d	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja projektu Muzyczni Edukatorzy	<ul style="list-style-type: none"> <li>* nietypowe działania promocyjne, towarzyszące akcje artystyczne w przestrzeni publicznej;</li> <li>* dokumentacja foto</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* wysyłka komunikatu pokonferencyjnego</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do dziennikarzy i mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych na temat projektu;</li> <li>* specjalna promocja na stronie MCKiS</li> <li>* realizacja aktualizacji strony internetowej projektu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego i w środowiskach animatorów kultury z Mazowsza, w kraju i za granicą;</li> <li>* promocja lokalnej polityki kulturalnej wśród władz i organizacji samorządowych;</li> <li>* promocja innowacyjności i integracji w działaniach kulturalnych;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w środowiskach lokalnych, w powiatach Mazowsza i instytucjach państwowych;</li> <li>* promocja polityki kulturalnej Samorządu Województwa Mazowieckiego;</li> </ul>	jesień 2012 r., Warszawa

#### OPIS DZIAŁANIA

Celem projektu jest rozwój edukacji muzycznej w instytucjach impresaryjnych, organizujących koncerty i festiwale muzyki poważnej, elektronicznej, współczesnej. Instytucje te – kiedyś biura koncertowe, obecnie funkcjonujące często w strukturach centrów kultury - ale również filharmonie, czy prywatne impresariaty, podobnie jak wszystkie instytucje kultury, poszukują dziś nowej formuły kontaktu z odbiorcą. Projekt zakłada przeprowadzenie seminarium otwierającego projekt wraz z koncertem/performance oddającym ideę projektu w Warszawie (czerwiec 2012), a także warsztatów w Polsce i w Niemczech (jesień 2012 i wiosna 2013). Projekt Muzyczni Edukatorzy zakłada przeprowadzenie działań będących przełożeniem teorii na praktykę. Efektem końcowym będzie kilka akcji edukacyjnych przygotowanych przez uczestników i bazujących na czynnym udziale odbiorców, szczególnie z grup defaworyzowanych.

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4e	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna festiwalu InQbator Ulicy	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* kampania plakatowa;</li> <li>* projekt i produkcja gazetki festiwalowej</li> <li>* projekt i produkcja pocztówek festiwalowych</li> <li>* obsługa strony internetowej festiwalu</li> <li>* obsługa festiwalowego bloga</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* kampania spotów na antenie rozgłośni regionalnej i rozgłośni lokalnych</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych</li> <li>* projekt i wykonanie gadżetów festiwalowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego i w obrębie polskiego teatralnego środowiska offowego</li> <li>* promocja teatralnej sztuki współczesnej w środowiskach lokalnych z Mazowsza;</li> <li>* promocja Mazowsza jako regionu atrakcyjnego turystycznie;</li> <li>* promocja najwybitniejszych współczesnych artystów i zespołów teatralnych w środowiskach lokalnych z Mazowsza;</li> <li>* upowszechnianie informacji o projekcie w środowiskach lokalnych regionu Mazowsza;</li> <li>* upowszechnianie wiedzy o kulturze i sztuce współczesnej i artystach z Mazowsza w środowiskach stołecznych i w kraju;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego w środowiskach artystycznych i kulturalnych z Mazowsza i kraju;</li> </ul>	maj 2012 r., Warszawa, Ostrołęka

#### OPIS DZIAŁANIA

Festiwal Teatralny InQbator to projekt artystyczny, edukacyjny i integracyjny prezentujący ważne wydarzenia teatralne w szerokim spektrum gatunków, technik oraz praktyk interpretacyjnych. Festiwal przedstawia szereg powiązanych ideą przewodnią spektakli, warsztatów, paneli dyskusyjnych i spotkań twórców z publicznością. „Tematyczność” festiwalu jest cechą wyróżniającą go spośród innych wydarzeń tego typu. W 2012 roku tematem będzie RUCH – rozumiany jako nośnik treści, emocji i koncepcji w teatrze i tańcu. Zadaniem festiwalu jest upowszechnianie kultury teatralnej a także edukacja teatralna, stworzenie płaszczyzny wymiany doświadczeń twórców teatralnych oraz propagowanie stylu życia opartego na aktywnym uczestnictwie w kulturze.

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4f	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna projektu Karawana	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykuły prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych</li> <li>* kampanie spotów radiowych na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* kampanie spotów radiowych w rozgłośniach lokalnych;</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* projekty i realizacja gadżetów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, i w środowiskach animatorów kultury z Mazowsza, w kraju i za granicą;</li> <li>* promocja animacji i form edukacji zabawowej wśród władz i organizacji samorządowych;</li> <li>* promocja innowacyjności i integracji w działaniach kulturalnych;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w instytucjach państwowych;</li> <li>* promocja polityki kulturalnej Samorządu Województwa Mazowieckiego;</li> <li>* promocja twórczości i sztuki teatralnej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* promocja i aktywizacja kreatywności wśród mieszkańców najmniejszych miejscowości z Mazowsza;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza w środowiskach stołecznych i w kraju;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenas działań artystycznych i społecznych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora działań artystycznych i społecznych;</li> </ul>	czerwiec - sierpień 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Trzecia edycja unikatowego projektu, który umożliwi mieszkańcom Mazowsza uczestniczenie w nowych, otwartych formach życia kulturalnego. Cykl przedstawień teatralnych oraz działań animacyjno-teatralnych z wykorzystaniem metod pedagogiki zabawy, zabaw dramowych, a także specjalistycznego sprzętu. Kolejne działania realizowane są małych – w każdym roku innych – miejscowościach Mazowsza: miasteczkach, wsiach i miejscach o szczególnie trudnym dostępie do kultury.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4g	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja projektu Inspiracje	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja w Internecie;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych (około 5 w roku);</li> <li>* wysyłka informacji prasowych (około 5 w roku);</li> <li>* specjalna promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> <li>* promocja w folderze repertuarowym MCKiS;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego i w środowiskach animatorów teatru z Mazowsza;</li> <li>* promocja i aktywizacja kreatywności wśród mieszkańców najmniejszych miejscowości z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa działań artystycznych i społecznych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora działań artystycznych i społecznych;</li> </ul>	marzec - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Teatr ruchu jest skierowany do odbiorcy który, z różnych powodów, jest znużony teatrem konwencjonalnym i pragnie kontaktu ze sztuką dającą możliwość indywidualnego odbioru spektaklu. Duża dowolność form przekazu i stosowanych technik działa głównie na wyobraźnię młodych, poszukujących twórców. Mimo „elitarności” tej dziedziny sztuki teatralnej od 2002r. realizujemy z powodzeniem na Mazowszu warsztaty teatru ruchu skierowane do młodzieży. Projekt INSPIRACJE jest następnym krokiem rozszerzającym działanie na rzecz edukacji artystycznej w dziedzinie teatru ruchu.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4h	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja 35. Konkursu Warszawska Syrenka	<ul style="list-style-type: none"> <li>* realizacja specjalnej akcji promocyjnej na stronie fanowskiej MCKiS na facebooku</li> <li>* realizacja konkursu o nagrodę publiczności;</li> <li>* promocja w Internecie;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* specjalna promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> <li>* promocja w folderze repertuarowym MCKiS;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach animatorów kultury i wśród nauczycieli szkół podstawowych z Mazowsza;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w szkołach podstawowych i instytucjach kultury na Mazowszu;</li> <li>* promocja mini-form teatralnych</li> <li>* promocja poezji wśród dzieci i młodzieży z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa działań artystycznych i społecznych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora działań artystycznych i</li> </ul>	15 stycznia 2012 r. - 30 kwietnia 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konkurs z wieloletnią tradycją. Istotą konkursu jest ujawnianie młodych talentów recytatorskich oraz propagowanie i popularyzowanie literatury. W konkursie biorą udział uczniowie klas O – VI klas szkoły podstawowej i wszystkie klasy gimnazjum. Do finału dociera ponad 200 dzieci. W 2012 roku wprowadzamy zmiany regulaminowe oraz Nagrodę Publiczności.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4i	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja Mazowieckiego Festiwalu Teatrów Amatorskich	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja w Internecie;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* specjalna promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> <li>* promocja w folderze repertuarowym MCKiS;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach animatorów kultury i wśród nauczycieli szkół podstawowych z Mazowsza;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w instytucjach kultury na Mazowszu;</li> <li>* promocja form teatralnych oraz aktywności teatralnej i artystycznej wśród młodzieży z Mazowsza;</li> <li>* promocja poezji wśród dzieci i młodzieży z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa działań artystycznych i społecznych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora działań artystycznych i</li> </ul>	2-3 czerwca 2012 r., Ostrołęka

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal skupiający teatralny ruch amatorski na Mazowszu, podzielony na kategorie wiekowe – teatry dziecięce i teatry młodzieżowe. W finale biorą udział laureaci eliminacji na szczeblu terenowym. Kolejna edycja Festiwalu przeprowadzana jest na terenie laureata w kategorii młodzieżowej z roku poprzedniego.

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

8.4j	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja projektu Odkrywanie Tradycji Mazowsza	<ul style="list-style-type: none"> <li>* wydanie promocyjno-edukacyjnej gry karcianej "Rzykanci - Koleje fortuny"</li> <li>* promocja wydawnictw Odkrywania Tradycji Mazowsza na stoiskach promocyjnych podczas wydarzeń promocyjnych w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* promocja OTM podczas imprez i wydarzeń w ramach Sceny E12</li> <li>* realizacja specjalnego eventu promocyjnego - wojewódzkich mistrzostw w grę karcianą "Rzykanci. Koleje fortuny"</li> <li>* promocja internetowa: wysyłka informacji prasowej, newsletterów okolicznościowych,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o obrzędach i zwyczajach Mazowsza;</li> <li>* pobudzanie turystyki kulturalnej Mazowsza;</li> <li>* promocja tradycji i kultury Mazowsza w sposób atrakcyjny i nowoczesny;</li> </ul>	marzec - czerwiec 2012 r., Warszawa, Mazowsze
------	--	--	--	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Odkrywanie Tradycji Mazowsza to seria multimedialnych publikacji Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki. Projekt posługuje się różnorodnymi, współczesnymi formułami wydawniczymi (od DVD poprzez film, publikacje elektroniczne aż po tak niezwykle formy, jak gra karciana). Każda pozycja stanowi monografię innego zagadnienia, związanego z kulturą tradycyjną i dziedzictwem kulturowym Polski. Składające się na nie zdjęcia, filmy, teksty i muzyka są tworzone z myślą o ludziach, których zainteresowała kultura ludowa i chcą poszerzyć swoją wiedzę na jej temat. Kolejne wydania planowane są w taki sposób, by z publikacji mogli czerpać nie tylko studenci i pasjonaci, ale również uczniowie gimnazjów i liceów. Bogate materiały z pewnością zainteresują każdego studenta, absolwenta, regionalistę oraz miłośnika tradycji, folkloru i przeszłości. Opisywane tematy obejmują doroczne zwyczaje świąteczne, rzemiosło ludowe oraz zjawiska związane z folklorem muzycznym.</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4k	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja przewodników z cyklu "Tradycja Mazowsza"	<ul style="list-style-type: none"> <li>* wydanie kolejnych tomów przewodników w ramach Tradycji Mazowsza</li> <li>* wznowienie dwóch przewodników w ramach cyklu Tradycja mazowsza</li> <li>* promocja wydawnictw na stronie internetowej MCKiS</li> <li>* promocja wydawnictw w mediach i na portalach branżowych</li> <li>* realizacja specjalnych eventów promocyjnych, promujących kolejne wydania przewodników</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do wszystkich mediów z Warszawy i Mazowsza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego oraz w poszczególnych powiatach i środowiskach turystycznych Mazowsza;</li> <li>* rozwój turystyki kulturalnej na Mazowszu;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o Mazowszu;</li> <li>* pobudzenia zainteresowania kulturą Mazowsza;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o regionach Mazowsza: ich tradycji, kulturze, zwyczajach, obyczajach, obrzędach,</li> </ul>	cały 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Seria Tradycja Mazowsza. Przewodniki subiektywne to nietypowe przewodniki. Pisane z myślą o osobach zainteresowanych „małą historią” – nie mniej ciekawą niż ta znana ze stron szkolnych podręczników, tworzone dla czytelników poszukujących indywidualnego oblicza kulturowego, pokazują Mazowsze wielu tradycji i wielu źródeł. Publikacje Tradycji Mazowsza są pomocne w pracy ośrodków kultury, szkół i bibliotek, gdyż zawierają unikatową wiedzę o najbliższych „małych ojczyznach”. Na każdy tytuł składają się szkice o dziejach historycznych, specyfice etnograficznej, noty poświęcone wybranym miejscowościom, informacje o twórcach ludowych i obyczajach. Obfitość fotografii dopełnia wartości dzieł. W 2012 roku zaplanowaliśmy: wydanie: Przewodnika makowskiego (autor: Bernard Kielak), Przewodnika płońskiego (autor: Krzysztof Zawadzki), Przewodnika warszawskiego zachodniego (autor: Filip Marczewski); Przewodnika żuromińskiego (autor: Adam Dylewski) oraz 2 wznowienia: Przewodnika pruszkowskiego (autor: Wojciech Markert) oraz pułtuskiego (autor: Adam Dylewski).</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.41	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna Mazowieckiej Akademii Książki	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatu</li> <li>* projekt i produkcja zaproszeń</li> <li>* realizacja spotu audio</li> <li>* kampania spotów audio na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* dokumentacja fotograficzna;</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykuły prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych;</li> <li>* szczególna promocja i dystrybucja wybranych tytułów w prasie branżowej;</li> <li>* barter z Dwójką Polskiego Radia;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego oraz w środowiskach literackich i książkowych kraju;</li> <li>* promocja projektów książkowych i wydawnictw związanych z Mazowszem i Warszawą;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o tradycji, kulturze, historii oraz współczesności Mazowsza i Warszawy;</li> <li>* promocja wybitnych projektów literackich związanych z Mazowszem;</li> <li>* promocja twórców literatury i naukowców, zainteresowanych kulturą, sztuką, tradycją i historią</li> </ul>	luty -grudzień 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt ma charakter cykliczny. Głównym celem konkursu jest wspieranie wydawnictw kulturalnych i naukowych związanych z historią, tradycją i kulturą Mazowsza – w tym Warszawy. Na konkurs można zgłaszać gotowe, nigdzie dotychczas niepublikowane książki, mieszczące się w jednej z trzech kategorii: literatura piękna, eseistyka kulturalna, nauki historyczne. Autorzy wybranych przez jury książek otrzymują nagrody – Mazowieckie Maki oraz honoraria. Finał kolejnych edycji odbywa się w grudniu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4f	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna cyklu Mazowsze w Koronie	<ul style="list-style-type: none"> <li>* wykonanie projektów: plakatu, ulotek, zaproszeń;</li> <li>* druk plakatów</li> <li>* druk ulotek</li> <li>* druk zaproszeń</li> <li>* druk foldera programowego</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie radiowych rozgłośni lokalnych;</li> <li>* większe artykuły w prasie: GW Stołeczna, GW Płock, GW Radom, - większe artykuły w prasie lokalnej: Konsorcjum Tygodników lokalnych;</li> <li>* materiały informacyjne w rozgłoszeniach radiowych;</li> <li>* stała promocja na portalach społecznościowych oraz stronach internetowych branżowych;</li> <li>* realizacja i stała aktualizacja strony internetowej projektu;</li> <li>* stała promocja na portalach ogólnokulturalnych, miejskich, itd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach lokalnych Mazowsza oraz muzycznych kraju;</li> <li>* promocja kultury, sztuki i tradycji muzycznej Mazowsza;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza jako atrakcyjnego pod względem turystyki kulturalnej; rozwijanie turystyki kulturalnej na Mazowszu;</li> <li>* popularyzacja wysokiej kultury muzycznej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Promotora muzyki dawnej;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa ważnych wydarzeń muzycznych;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerszej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach projektu.</li> </ul>	luty - listopad 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Mazowsze w Koronie to cykl muzycznych wieczorów w zabytkach architektury mazowieckiej, realizowany od 2001 r. Zapraszani wykonawcy: czołowe polskie zespoły muzyki dawnej, orkiestry, chóry i zespoły kameralne oraz wybitni soliści, są magnesem przyciągającym publiczność. Co roku w małych miejscowościach województwa rozbrzmiewają – w znakomitych wykonaniach – wielkie i małe dzieła europejskich mistrzów. To istotne wzbogacenie życia kulturalnego mieszkańców Mazowsza. Bywa, że w tym gatunku sztuki jedyne.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4m	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna festiwalu "Mazovia Goes Baroque"	<ul style="list-style-type: none"> <li>* zaprojektowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej projektu '2012: plakaty, ulotki, zaproszenia, folder programowy</li> <li>* druk plakatów</li> <li>* druk pocztówki promocyjnej</li> <li>* druk zaproszeń</li> <li>* druk foldera programowego;</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych;</li> <li>* stała aktualizacja strony internetowej</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie Dwójki Polskiego Radia;</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie radiowych rozgłośni lokalnych;</li> <li>* większe artykuły w prasie: GW Stołeczna, GW Płock, GW Radom, Rzeczpospolita, Życie Warszawy, Dziennik,</li> <li>* większe artykuły w prasie lokalnej: Konsorcjum Tygodników lokalnych;</li> <li>* stała promocja na portalach społecznościowych oraz stronach internetowych branżowych;</li> <li>* stała promocja na portalach ogólnokulturalnych, miejskich, itd.</li> <li>* akcja konkursowa na portalu społecznościowym: facebook.com;</li> <li>akcja edukacyjno-promocyjna, powiązana z realizacją gazetki festiwalowej;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach muzycznych Warszawy, Mazowsza, kraju i zagranicą;</li> <li>* promocja kultury, sztuki i tradycji muzycznej Mazowsza;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza jako atrakcyjnego pod względem turystyki kulturalnej; rozwijanie turystyki kulturalnej na Mazowszu;</li> <li>* popularyzacja wysokiej kultury muzycznej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Promotora muzyki dawnej;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa ważnych wydarzeń muzycznych;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerszej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach</li> </ul>	luty - grudzień 2012 r., Warszawa-Mazowsze

#### OPIS DZIAŁANIA

Kilka mini-festiwali w ramach trwającej cały rok edycji wędrującego festiwalu muzyki dawnej. Unikalna forma, niezwykła nazwa, intrygująca i bliska muzyka dawna, oryginalna strona internetowa, niezwykli zagraniczni wykonawcy – zarówno uznani, jak i młodzi – ci najciekawszy. Łącznie około 30 koncertów w ciągu całego roku. Festiwal zainicjowany w 2009 roku przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki, współorganizowany przez Dwójkę Polskiego Radia, dzięki niej za pośrednictwem transmisji i retransmisji docierający do słuchaczy nie tylko w Polsce, ale i w całej Europie. Głównym bohaterem pierwszej edycji festiwalu była orkiestra Arte dei Suonatori, należąca do czołówek polskich i europejskich zespołów barokowych wraz ze współpracującymi z nią znakomitymi solistami i dyrygentami. Centrum festiwalu jest Studio Koncertowe Polskiego Radia. Programy festiwalu obejmują bardzo szeroki repertuar muzyki dawnej, odchodząc w kilku przypadkach od tytułowego „baroku” i sięgając po muzykę z jednej strony średniowiecza, a z drugiej klasycyzmu. Dominują koncerty kameralne i recitale. Dyrektorem artystycznym festiwalu jest Cezary Zych.

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4n	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna festiwalu "Chopiniana"	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja pocztówki wizerunkowej</li> <li>* projekt i produkcja książki programowej festiwalu</li> <li>* realizacja i emisja spotu 30" na antenie TVN Warszawa</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych – bartery i wymiana świadczeń;</li> <li>* bartery – artykuły ze zdjęciami w mediach lokalnych i ogólnopolskich;</li> <li>* kampania reklamowa na słupach Warexpo;</li> <li>* wysyłka newsletterów specjalnych – media, publiczność, VIP, itd.;</li> <li>* promocja poprzez stronę internetową MCKiS oraz partnerów, patronów, współorganizatorów, itd.;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach lokalnych Mazowsza oraz muzycznych kraju;</li> <li>* promocja kultury, sztuki i tradycji Mazowsza;</li> <li>* promocja najwybitniejszych postaci z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Promotora Chopina–najwybitniejszego Mazowszanina;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa wydarzeń chopinowskich;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku MCKiS jako organizatora wydarzeń, promujących muzykę klasyczną i Chopina;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerszej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach projektu;</li> </ul>	lipiec 2012 r., Warszawa, Mazowsze

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal, popularyzujący życie i twórczość najwybitniejszego polskiego kompozytora Fryderyka Chopina. Organizatorzy realizują go pomijając formę tradycyjnego recitalu. Koncerty, spektakle teatralne i baletowe, wystawy, pokazy mody (często plenerowe) do 2011 roku odbywały się w Warszawie w obiektach związanych z osobą Fryderyka Chopina. Festiwal został uznany w 2004 roku za najliczniejszy pod względem ilości osób na widowni w Polsce (dane uzyskane od Portalu InfoChopin). W 2012 roku, począwszy od 10 edycji, festiwal zostanie przeniesiony na Mazowsze i będzie realizowany w miejscach, związanych z życiem i twórczością Fryderyka Chopina.

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4o	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja i reklama Nagrody Norwida	<ul style="list-style-type: none"> <li>* realizacja druków: zaproszenie, folder;</li> <li>* koordynacja i umieszczenie reklam konkursu o Nagrodę Norwidaw w artystycznych i kulturalnych mediach branżowych;</li> <li>* promocja w Internecie;</li> <li>* wysyłka newsletterów o lokalnościowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> </ul>	* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach lokalnych Mazowsza oraz kulturalnych i artystycznych kraju; *promocja kultury i sztuki Mazowsza; * promocja najwybitniejszych artystów z Mazowsza;	luty - wrzesień 2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Doroczna Nagroda Samorządu Województwa Mazowieckiego im. Cypriana Kamila Norwida w kategoriach: literatura, muzyka, sztuki plastyczne, teatr, oraz Nagroda „Dzieło życia”, przyznawana za całokształt twórczości. W każdej z czterech dziedzin sztuki wyłaniani zostają nominowani do tego wyróżnienia, przyznawanego za dzieło bądź kreację powstałe w poprzednim roku. W poszczególnych kapitułach zasiadają przedstawiciele związków artystów plastyków, muzyków, pisarzy, sceny polskiej. Są wśród nich również krytycy, dotychczasowi laureaci nagrody, osobowości świata sztuki. Do nich – osób, które swoje życie poświęcili sztuce, doskonale znających najznamienitsze wydarzenia kulturalne i ich twórców - należy głos. Decydują, kto w danym roku otrzymuje Statuetkę Norwidowską. Nagroda „Dzieło życia” jest wyróżnieniem szczególnym. W kapitule tej nagrody zasiadają przedstawiciele różnych dziedzin sztuki. Wybór laureata jest niezwykle trudny, bowiem lista zgłoszonych kandydatów jest długa i znamienita. Dotychczas nagrodą tą wyróżniono: Andrzeja Sadowskiego, Tadeusza Konwickiego, Jana Ekiera, Erwina Axera i Danutę Szaflarską.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4p	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna finału konkursu Grafika Warszawska	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja zaproszeń</li> <li>* projekt i produkcja katalogów</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykułu prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych;</li> <li>* ogłoszenia w prasie branżowej</li> <li>* prezentacja laureatów na branżowych portalach</li> </ul>	* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach lokalnych i plastycznych Mazowsza oraz kulturalnych, artystycznych i wizualno-plastycznych kraju; * promocja sztuki nowoczesnej * przegląd potencjału twórczego środowiska mazowieckich artystów grafików	marzec-październik 2012 r., Warszawa, Ostrołęka, Ciechanów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Ten prestiżowy projekt stwarza dla mazowieckich twórców jedyną w swoim rodzaju możliwość prezentacji swoich artystycznych wizji. Nagrody przyznają m.in. Prezydent m. st. Warszawy Hanna Gronkiewicz-Waltz. Konkurs Grafika Warszawska adresowany jest do artystów plastyków i studentów wyższych uczelni plastycznych z Warszawy i Mazowsza. Biorą w nim udział zarówno twórcy posiadający znaczący dorobek artystyczny, jak i początkujący, jeszcze nieznanymi szerszej publiczności. Uczestnicy posługują się różnymi technikami, poczynając od tradycyjnych, a kończąc na technikach cyfrowych.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4q	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kampania promocyjna Festiwalu Sztuki 3M Woda	<ul style="list-style-type: none"> <li>*projekt i produkcja ulotek</li> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja Katalogu</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: spoty radiowe, artykuły prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych, reklama prasowa</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* kampania spotów radiowych w rozgłośni regionalnej</li> <li>* kampania spotów radiowych na antenach rozgłośni lokalnych;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*promocja wizualnej sztuki współczesnej z Mazowsza;</li> <li>* promocja najwybitniejszych współczesnych artystów tworzących na Mazowszu;</li> <li>* promocja Mazowsza jako regionu atrakcyjnego turystycznie;</li> <li>* upowszechnianie informacji o projekcie w środowiskach lokalnych regionu Mazowsza;</li> <li>* upowszechnianie wiedzy o kulturze i sztuce współczesnej i artystach z Mazowsza w środowiskach stołecznych i w kraju;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego w środowiskach artystycznych i kulturalnych z Mazowsza;</li> </ul>	marzec-październik 2012 r., Warszawa, Ostrołęka, Ciechanów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Festiwal jest realizowany wokół wybranego materiału. Wystawy i wydarzenia plastyczne mają zazwyczaj na celu prezentację artystów jako twórców. W projekcie Festiwal Sztuki „podmiotem” jest materiał (tworzywo). Wokół niego powstaje koncepcja wystawy. Projekt ma charakter otwarty, zapraszani artyści tworzą najczęściej w wybranym materiale, ale pojawiają się też prace, które rzadko udostępniane są publiczności np. matryce do grafik wytrawiane w metalu, kamień litograficzny, makiety z papieru, tradycyjna wycinanka ludowa „Drzewko życia”, itp. Inicjatorem tego typu podejścia do organizacji projektów plastycznych jest Leszek Sokół.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4r	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja projektu "Lato na wsi"	X	X	lipiec-grudzień 2012 r., Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Warsztaty plastyczne "Lato na wsi" odbywają się co roku w okresie wakacyjnym, a organizowane są z myślą o dzieciach i młodzieży mazowieckich miasteczek i wsi. Pomysłodawczynią projektu była warszawska malarka Barbara Michałowska, która to, spędzając wakacje w swojej pracowni w Kalonce, uczyła miejscowe dzieci malować i rysować. W ciągu paru lat Akcja przybrała bardziej oficjalną formę, a w 2009 roku objęła dziesięć wsi z powiatu garwolińskiego i otwockiego w województwie mazowieckim. Z warsztatów skorzystało ponad 300 dzieci i młodzieży. Od tego czasu warsztaty organizowane są co roku dla ponad 400 dzieci.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4s	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja Galerii MCKiS	<ul style="list-style-type: none"> <li>* comiesięczne ogłoszenia w branżowym portalu internetowym</li> <li>* comiesięczny branżowy newsletter</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych i tygodniowych MCKiS</li> <li>* promocja na stronach internetowych – ogólnokulturalnych, miejskich;</li> <li>* druk zaproszeń, katalogów, plakatów poszczególnych wystaw;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych poszczególnych wystaw oraz zaproszeń do dziennikarzy;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach plastycznych Warszawy i Mazowsza, w kraju i za granicą;</li> <li>* promocja sztuki wizualnej z Mazowsza, kraju i świata;</li> <li>* promocja artystów sztuk wizualnych z kraju i z zagranicy w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* promocja młodych artystów z</li> </ul>	cały 2012 r., Warszawa
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Stała promocja istniejących w strukturze MCKiS pięciu Galerii: Galerii Elektor, Foksal, xx1, Pokaz i Test. Promocja standardowa, polegająca na regularnym informowaniu o istnieniu i zmieniających się z mniej więcej miesięczną regularnością wystawach. Zaproszenia na wernisaże i finisarze, promocja wydarzeń specjalnych Galerii. Realizacja szczególnych wystaw, poświęconych artystom i sztuce z Warszawy i Mazowsza.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4t	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja Nocy Muzeów w Galeriach MCKiS	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja w Internecie;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* specjalna promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> <li>* specjalna promocja akcji na facebooku, na stronie fanowskiej MCKiS;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach artystycznych plastycznych i kulturalnych z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* promocja twórczości artystycznej i</li> </ul>	maj 2012 r., Warszawa



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Kolejny udział Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki w dorocznym evencie Noc Muzeów, realizowanym przez Miasto Stołeczne Warszawa. Wszystkie Galerie MCKiS - Foksal, Pokaz, Test, xx1 i Galeria Elektor, mieszcząca się w budynku Centrum przy Elektoralej 12, włączają się ze specjalnie na tę noc przygotowanym programem wystaw, pokazów, warsztatów plastycznych, spotkaniami z artystami. Noc Muzeów odbędzie się 19 maja 2012 roku.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.4u	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Promocja Mazowieckiego Funduszu Filmowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>* przygotowanie fotograficznej bazy lokacji - promocyjnych "miejsce" regionu;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych na temat bieżących działań Fundusz</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych o inauguracji działań Funduszu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach artystycznych i filmowych regionu i kraju;</li> <li>*promocja lokacji Mazowsza;</li> <li>* promocja sztuki filmowej związanej z Mazowszem;</li> <li>* pobudzanie i rozwój sztuki filmowej na Mazowszu;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o Mazowszu w kraju i za granicą;</li> <li>* popularyzacja najlepszych współczesnych filmów związanych z Mazowszem;</li> </ul>	cały 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Celem Mazowieckiego Funduszu Filmowego jest dofinansowanie produkcji filmowej związanej z województwem mazowieckim. Fundusz organizuje prace związane z ogłaszaniem terminów konkursu, ich obsługą, prowadzeniem strony internetowej Funduszu. Zamieszczaniem informacji na stronie o miejscach, które mogą być wykorzystane przy realizacji powstających filmów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4v	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Folder repertuarowy MCKiS/12 wydań miesięcznych	* realizacja projektu graficznego; * opracowanie repertuaru miesięcznego i kolejnych tekstów foldera; * profesjonalna korekta * druk foldera (12 razy po 4000 egzemplarzy); * dystrybucja foldera w wybranych, najważniejszych punktach artystycznych, kulturalnych i turystycznych stolicy; * dystrybucja foldera w materiałach/koncertach Poka-Poka	* promocja najważniejszych wydarzeń, realizowanych przez MCKiS na Mazowszu; * promocja kultury i sztuki oraz artystów z Mazowsza;	cały 2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Folder repertuarowy to cykliczny comiesięczny druk, zawierający miesięczny repertuar i proponowaną ofertę wydarzeń, projektów, warsztatów, szkoleń i kursów, realizowanych przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki i proponowanych mieszkańcom Warszawy i Mazowsza w danym miesiącu. Folder drukowany jest w ostatnich dniach miesiąca poprzedzającego ten, na który jest przeznaczony. Dystrybucja foldera odbywać się będzie zgodnie z opracowaną wcześniej listą dystrybucyjną, na której znalazły się najważniejsze punkty turystyczne, kulturalne i artystyczne Warszawy. Planowana dystrybucja na 2011 rok również przez firmę dystrybucyjną Poka-Poka.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.4w	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kalendarz na 2013 rok: "Legends z Mazowsza"	* wykonanie cyklu 13 antropologicznych fotografii-portretów; * wykonanie projektu graficznego kalendarza; * opracowanie tekstów i składu kalendarza * druk kalendarza * dystrybucja wśród instytucji kultury, zwierzchników, kontrahentów, partnerów, sponsorów, mediów i dziennikarzy;	* promocja Mazowsza jako miejsca atrakcyjnego turystycznie; * popularyzacja wiedzy o znanych i mniej znanych postaciach, związanych z Mazowszem; * promocja Mazowsza jako miejsca turystyki kulturalnej;	marzec - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Kalendarz na 2012 rok (realizacja – 2011 rok) – Legends Mazowsza - 13-stronicowy, artystyczny kalendarz, promujący region mazowiecki. O najbardziej znanych ludziach z Mazowsza – bohaterach współczesnego mazowieckiego życia społecznego, a więc – równocześnie o bohaterach współczesnych opowieści i legend. W specjalnie zaaranżowanym, acz naturalnym wizualnym kontekście, promującym region jako atrakcyjny i niezwykły dla zwiedzających – jako miejsce baśniowe, fantastyczne, miejsce z legend.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4x	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Projekt medialny MG/MGB - Młodzieżowa Gazeta Mazovia Goes Baroque	<ul style="list-style-type: none"> <li>* realizacja folderu projektu;</li> <li>* realizacja eksperymentalnych koncertów promocyjnych w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* realizacja portalu dziennikarskiego www.mgmb.pl</li> <li>* realizacja gazety MG/MGB</li> <li>* wkładka do gazety Wyborczej z 11 maja 2012 roku</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* specjalna promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> <li>* specjalna promocja akcji na facebooku, na stronie fanowskiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego oraz w środowiskach szkolnych, wśród młodzieży w wieku 15-19 lat oraz w środowiskach kulturalnych z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* promocja dziennikarstwa obywatelskiego;</li> <li>* promocja dobrej krytyki muzycznej;</li> <li>* promocja młodych talentów dziennikarskich z Mazowsza i Warszawy;</li> </ul>	luty - maj 2012 r, Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Edukacyjny projekt medialny MG/MGB (Młodzieżowa Gazeta Mazovia Goes Baroque) to projekt realizowany przy jednym z najciekawszych młodych festiwali muzyki dawnej – Mazovia Goes Baroque. W ramach projektu młodzież z wybranych ośrodków z Mazowsza i Warszawy będzie mogła uczestniczyć w dwóch niezwykłych koncertach muzyki dawnej, w wykonaniu duńskiego akordeonisty Andreasa Borregaarda, włosko-irlandzkiego duetu Arparla oraz w koncercie – „eksperyment z muzyką dawną”, w wykonaniu wybitnych młodych artystów: Tomka Pokrzywińskiego i Marcina Maseckiego. Towarzyszące koncertowi eksperymentalnemu mini-warsztaty medialne wprowadzą młodzież w tematykę i obszar zagadnień dziennikarstwa kulturalnego i muzycznego. Koncerty oraz mini-warsztaty zostaną przeprowadzone w wybranych miastach i miejscowościach Mazowsza: Gostynin, Płock, Łochów, Siedlce, Pułtusk i Warszawa. Dwudziestu wybranych (szczególnie chętnych i uzdolnionych przyszłych dziennikarzy) zaprosimy do Warszawy, na całodniowy warsztat dziennikarski (relacja, recenzja, wywiad, konferencja prasowa, debata, rozmowa, blog, fotografia prasowa), prowadzony przez najwybitniejszych dziennikarzy muzycznych i fotografów młodego pokolenia (Robert Kamyk, Anna Dębowska, Darek Majgier), reprezentujących Polskie Radio, Gazetę Wyborczą i TVP Kultura. Dziesięciu najlepszym kandydatom na dziennikarzy zaproponujemy czynny udział w tworzeniu Młodzieżowej Gazety Mazovia Goes Baroque w postaci specjalnego dodatku do Gazety Wyborczej-Stołecznej z dnia 11 maja 2012 roku oraz profesjonalnego serwisu dziennikarskiego www.mgmb.pl, realizowanych pod kierunkiem profesjonalnych muzycznych dziennikarzy polskich.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4y	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Projekt promocyjno-marketingowy Scena E12	<ul style="list-style-type: none"> <li>* druk plakatów i zaproszeń specjalnych;</li> <li>* stworzenie strategii promowania sceny i MCKiS jako miejsca na mapie kulturalnej Warszawy;</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych i współpraca z nimi;</li> <li>* realizacja specjalnych, okolicznościowych eventów promujących Scenę E12;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> <li>* specjalna, ciągła promocja na stronie internetowej MCKiS;</li> <li>* ciągła promocja Sceny E12 na facebooku, na stronie fanowskiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS wśród mieszkańców Warszawy oraz w środowiskach kulturalnych i artystycznych stolicy;</li> <li>* promocja MCKiS jako konkurencyjnego miejsca na kulturalnej mapie Warszawy;</li> <li>* promocja kultury i sztuki;</li> </ul>	cały 2012 r., Warszawa, Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Scena E12 na Elektoralnej 12 to regularne wydarzenia artystyczne z różnych dziedzin sztuki, adresowane do dorosłych i dzieci. Każde z wydarzeń ma określoną tematykę: jazz, film, taniec, warsztaty dla dzieci i rodziców. Program cyklu podzielony jest na weekendową scenę – scenę rodzinną (robocza nazwa Dzieciom lub dla Dzieci) oraz cotygodniowe (głównie czwartkowe) spotkania dla widzów dorosłych. Miejsce Sceny E12: sala widowiskowa Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki przy Elektoralnej 12 w Warszawie. Promowany w spójny i konsekwentny sposób pakiet, pod hasłem Scena E12, bardzo silnie marketingowo i informacyjnie wpływa na mieszkańców Warszawy oraz znacząco wpływa na ofertę kulturalną Warszawy.</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.4z	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Benefis Mazowieckiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Druk zaproszeń</li> <li>* Pdruk plakatów</li> <li>* Realizacja specjalnego wielkoformatowego banera przed budynkiem</li> <li>* Pozyskanie i współpraca z patronami medialnymi</li> <li>* Newsletter okolicznościowy</li> <li>* Obsługa filmowe i fotograficzna</li> <li>* Realizacja specjalnej prezentacji zdjęć, obrazującą dziesięciolecie działania MUTW</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS wśród mieszkańców Warszawy i Mazowsza oraz w środowiskach seniorów z Warszawy i z Mazowsza;</li> <li>* promocja aktywnego stylu życia wśród osób trzeciego wieku;</li> </ul>	maj-czerwiec 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>5 czerwca 2012 r., z okazji jubileuszu 10 lat istnienia Mazowieckiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku MCKiS zaplanowało realizację wielkiego święta "aktywnego seniora". Podczas uroczystych obchodów, które będą mieć miejsce na Elektoralnej 12 (w budynku i poza nim) odbędzie się uroczystość wręczenia odznaczeń słuchaczom uczestniczącym z zajęciach MUTW od 10 lata. Wielkie święto seniora ubogaci parada i występ Orkiestry Reprezentacyjnej Policji, przemarsz słuchaczy MUTW we własnoręcznie wykonanych kapeluszach. Będzie można także podziwiać twórczość plastyczną słuchaczy oraz obejrzeć pokaz malowania obrazów przy sztalugach. W czasie trwania uroczystego Jubileuszu odtańczony zostanie Polonez w wykonaniu słuchaczek MUTW. Podziwiać będzie można występ grupy baletowej Aleksandry Dziurosz oraz koncert Chóru Polonia. Całość uroczystości zakończy finisaż prac plastycznych słuchaczy MUTW w Galerii Elektor MCKiS.</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4ż	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	www.mckis.waw.pl Strona internetowa Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki	<ul style="list-style-type: none"> <li>* przygotowanie projektu graficznego layoutu strony;</li> <li>* przygotowanie nowoczesnego panela administracyjnego i CMS</li> <li>* stałe newslettery ze strony</li> <li>* wysyłka informacji prasowej o nowej witrynie internetowej</li> <li>* ręczne i barterowe pozycjonowanie strony – kontynuacja;</li> <li>* wysyłka informacji o nowej stronie do mediów branżowych;</li> <li>* całoroczna techniczna obsługa strony wraz z 12 podstronami;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja najważniejszych wydarzeń, realizowanych na Mazowszu;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa wielu różnorodnych działań artystycznych i kulturalnych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora wielu wydarzeń kulturalnych w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* najbardziej bezpośrednie, szybkie i nowoczesne poinformowanie największej liczby odbiorców o wydarzeniach i projektach, realizowanych w W-wie i na</li> </ul>	maj-czerwiec 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Najskuteczniejszym środkiem informowania o kulturze i sztuce Mazowsza jest strona internetowa MCKiS <a href="http://www.mckis.waw.pl">www.mckis.waw.pl</a>, aktualizowana codziennie i zawierająca bogatą ofertę imprez i projektów. Funkcjonuje w dwóch wersjach językowych. Aktualna, bardzo rozbudowana pod względem struktury, witryna internetowa, zbudowana na nowoczesnym CMS-ie według szablonu Joomla!, realizowana na podstawie trzech głównych założeń promocyjnych: oryginalna, wyróżniająca się grafiką, odległa w wyglądzie od tzw. "urzędowej", typowej strony, jakich wiele, osiąga efekt promocyjny na zasadzie zaskoczenia, określa ją czytelność i dostępność oraz duże możliwości informacyjne. W 2012 roku planowana jest delikatna zmiana na bardziej nowoczesną graficznie i wizualnie, wzbogaconą o nowe narzędzia, rozwijającą interaktywny kontakt z odbiorcą. Wśród nich znajdują się takie narzędzia, jak interaktywne mapy czy specjalny blog o kulturze i tradycji Mazowsza. Strona będzie pozycjonowana na około 10 000 stron ogólnokulturalnych, branżowych, polskich i zagranicznych, poprzez linki i słowa kluczowe.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.4z	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Projekt internetowy MazowieckaKsiążka.pl Sklep internetowy	* promocja projektu poprzez strony internetowe; * promocja projektu poprzez wymianę linków; * promocja projektu poprzez wysyłkę newsletterów; * realizacja i wysyłka informacji prasowej (10 razy w roku); * opracowanie profesjonalnego planu dystrybucji i zwartej promocji biblioteki Mazowsza;	* promocja Marki Mazowsze oraz Marki MCKiS na obszarze województwa mazowieckiego, w środowiskach artystycznych i filmowych regionu i kraju; * promocja wydawnictw dotyczących kultury, sztuki, tradycji, historii i współczesności Mazowsza; * zwiększenie i popularyzacja wiedzy na temat kultury Mazowsza; * tworzenie dobrego wizerunku Mazowsza jako regionu bogatego kulturalnie i atrakcyjnego; * tworzenie dobrego wizerunku Samorządu województwa Mazowieckiego jako promotora dobrej książki; * tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako wydawcy białych kruków o Mazowszu;	cały 2012 r., Warszawa, Mazowsze
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt internetowy MazowieckaKsiążka.pl powstał w październiku 2010 roku. Stworzony został w celu promocji i lepszej dystrybucji internetowej wydawnictw, dotyczących kultury, sztuki, tradycji i historii Mazowsza. Wydawnictwa te realizowane są przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki oraz partnerów. Poprzez projekt odbywa się dystrybucja nie tylko wydawnictw drukowanych: książek, biuletynów, katalogów, ale też wydawnictw multimedialnych, płyt CD, plików mp3, gadżetów MCKiS, itd. W 2012 roku planujemy szczególną promocję sklepu poprzez linkowanie i kampanie internetowe a także odpowiedni dobór słów kluczowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.5) Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5a	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Obrazy uniwersalne, lokalne i domowe - Wystawa malarstwa, filmów video i działań w przestrzeni publicznej Piotra C. Kowalskiego i Joanny Janiak	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  Umieszczenie plócen Piotra C. Kowalskiego w radomskich hotelach wraz z informacją o wystawie</p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	13 stycznia 2012 r. - 5 lutego 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>W połowie listopada 2011 roku Piotr C. Kowalski wykonał w Radomiu działania artystyczne, rozkładając płótna w miejscach, które odegrały ważną rolę w historii miasta bądź są dzisiaj istotnymi punktami spotkania jego mieszkańców. Artysta zainicjował, a ludzie chodząc bądź jeżdżąc po płótnach, bezwiednie stworzyli konceptualne wizerunki Radomia. Wystawa prac Piotra C. Kowalskiego i jego żony Joanny Janiak w MCSW "Elektrownia" prezentuje efekty tych działań. Jednym z elementów tego projektu jest również emisja w lokalnej telewizji Dami filmu ukazującego Piotra C. Kowalskiego podczas pracy.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5b	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Marcina Berdyszaka "Sztuczne złudzenia"	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a></p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	13 lutego 2012 r. - 4 marca 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Wystawa w Mazowieckim Centrum Sztuki "Elektrownia" będzie dużą indywidualną prezentacją najnowszych, dotychczas nieeksponowanych realizacji Marcina Berdyszaka (ur. 1964) - rektora Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu. Wszystkie prace tego artysty poruszają problem przekraczania granic pomiędzy bytami rzeczywistymi a ich podobiznami, między realnie istniejącym światem a jego obrazem, między prawdą a iluzją. Marcin Berdyszak zajmuje się sztuką instalacji i obiektu. Jest synem wybitnego artysty polskiej awangardy powojennej - Jana Berdyszaka. Częścią projektu będzie katalog wydany wspólnie z Galerią Sztuki "Wozownia" w Toruniu.

#### OCENA \*

##### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5c	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Kamila Kuskowskiego "Szczęście w nieszczęściu"	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a></p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	16 marca 2012 r. - 6 kwietnia 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Multimedialny projekt łódzkiego artysty Kamila Kuskowskiego, który podjął próbę zdefiniowania zjawiska zwanego zabobnością. Artysta przedstawi swoje najnowsze prace malarskie, wideo, obiekty i instalacje. Kamil Kuskowski urodził się w 1973 roku w Zakopanem. W 1992 ukończył Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych im. Antoniego Kenara w Zakopanem. W latach 1995-2000 studiował w Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego na Wydziale Tkaniny i Ubioru w Łodzi. W roku 2000 roku uzyskał dyplom z wyróżnieniem w Pracowni Tkaniny Unikatowej prof. Aleksandry Mańczak oraz w Pracowni Malarstwa i Rysunku prof. Andrzeja Gieragi. W 2005 roku uzyskał stopień doktora, a w 2008 roku - doktora habilitowanego. W latach 1999-2011 pracował w Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Od 2010 zatrudniony jest na stanowisku profesora nadzwyczajnego w Akademii Sztuki w Szczecinie, gdzie prowadzi Pracownię Działań Audiowizualnych w Katedrze Nowych Mediów, której jest kierownikiem. Prowadzi Galerię Zona Sztuki Aktualnej w Łodzi oraz w Szczecinie. Uprawia twórczość w zakresie malarstwa, instalacji, sztuki wideo.

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5d	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Sztuka a poznanie. Wystawa poplenerowa artystów posługujących się językiem geometrii	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej  www.elektrownia.art.pl</p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	I kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa będąca prezentacją prac artystów posługujących się w swojej twórczości językiem geometrii, uczestników odbywającego się cyklicznie międzynarodowego pleneru, który we wrześniu 2011 roku miał miejsce w Domu Pracy Twórczej w Radziejowicach. Powstałe prace weszły w skład kolekcji MCSW „Elektrownia”. Kuratorem projektu jest dr Bożena Kowalska.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5e	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Zbigniewa Gostomskiego i wydanie monografii o artyście	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  Umieszczenie banneru informacyjnego w centrum miasta  Zorganizowanie konferencji prasowej</p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	II kwartał 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Wystawa prac Zbigniewa Gostomskiego połączona z wydaniem monografii autorstwa Lecha Stangreta w 80. rocznicę urodzin artysty. Na wystawie zostaną zaprezentowane m.in prace eksponowane w galeriach Foksal, Starmach, jak i te znajdujące się kolekcji Mazowieckiego Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia". Na ekspozycji znajdzie się ponadto głośna praca Zaczęło się we Wrocławiu pokazywana na otwarciu wrocławskiego Muzeum Sztuki Współczesnej, która nawiązuje do wydarzeń sprzed 40 lat, kiedy to Zbigniew Gostomski zaczął serię działań o rodowodzie conceptualnym. Zbigniew Gostomski urodził się w 1932 roku w Bydgoszczy, studiował na Wydziale Malarstwa w Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, w pracowni prof. Michała Byliny w latach 1953-1959. Z warszawską uczelnią związany jest od czasu studiów aż do dziś (jest profesorem w Katedrze Tkaniny Artystycznej na warszawskiej ASP) . Uprawia malarstwo, rysunek, instalacje, tworzy light-boxy. Należał do współzałożycieli Galerii Foksal w 1966 roku - pierwszą awangardową w Warszawie, występował w zespole Cricot 2, słynnym teatrze Tadeusza Kantora, także współinicjatora Foksal.

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5f	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Noc Muzeów	<p><u>Przed wydarzeniem:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl  Umieszczenie banneru informacyjnego w centrum miasta</p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	19 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cykliczna impreza, podczas której do późnych godzin nocnych udostępniona zostanie zwiedzającym wystawa prac Zbigniewa Gostomskiego oraz odbywać się będą publiczne pokazy filmów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5g	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Czesława Radzkiego	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a></p> <p><u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p><u>Po prezentacji:</u>  relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wystawa monograficzna znakomitego artysty - profesora ASP w Warszawie. Czesław Radzki urodził się w 1948 r w Lublinie. Studia na Wydziale Malarstwa warszawskiej ASP. Dyplom w pracowni prof. Stefana Gierowskiego. Aneks z tkaniny u prof. Wojciecha Sadleya. Uprawia malarstwo, rysunek i tkaninę. Od 1978 r pracuje na Wydziale Malarstwa ASP w Warszawie, jest adiunktem drugiego stopnia i prowadzi pracownię rysunku. Czesław Radzki stara się syntezę malarstwa znaleźć w syntezie znaku, świat jego obrazów to królestwo owadów, a konfiguracje ich przedstawień stanowią studia gry kolorów i form.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.5h	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Kino na trawie	<p><u>Przed imprezą:</u>  Plakaty - 300 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta oraz przystankach autobusowych  Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a></p> <p><u>W trakcie imprezy:</u> wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom.</p> <p><u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	czerwiec - sierpień 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Czwarta edycja letnich, plenerowych pokazów filmowych. Projekcje odbywają się w każdy wakacyjny wtorek na placu przy budynku MCSW „Elektrownia”. Godzina rozpoczęcia seansów jest umowna (po zapadnięciu zmroku).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.5i	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Aleksandra Olszewskiego	<u>Przed prezentacją:</u> Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów. Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych. Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji. Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> <u>W trakcie prezentacji:</u> wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom. <u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Aleksander Olszewski jest absolwentem Państwowej Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Łodzi. Uzyskał dyplomy z malarstwa i projektowania, Uprawia malarstwo, wzornictwo i media cyfrowe. Ma udział w 23 indywidualnych i ponad 200 wystawach zbiorowych okręgowych, ogólnopolskich i międzynarodowych (Berlin Zach, NRD, Czechosłowacja, Chile, Francja, Łotwa, Litwa, Słowacja, Niemcy, Węgry, USA, Anglia, Rosja). Od 2008 roku jest członkiem Stowarzyszenia Międzynarodowe Triennale Grafiki w Krakowie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5j	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Juliana Raczko	<u>Przed prezentacją:</u> Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> <u>W trakcie prezentacji:</u> wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom. <u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Julian Henryk Raczko urodził się w Warszawie w 1936 r. Ukończył Politechnikę Warszawską. W latach 1989 - 2001 prowadził pracownię rysunku dla III, IV i V roku studiów na Wydziale Grafiki Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie. Tytuł naukowy profesora sztuk plastycznych Prezydent RP nadał mu w 1999 r. Za wystawę "Kwadrat i Koło" w Domu Artysty Plastyka w Warszawie otrzymał w 1980 r. nagrodę Krytyków im. C. K. Norwida. Znajduje się na niej wybór obrazów, rysunków i grafik, które są opracowaniem zawsze tych samych zagadnień: światła i przestrzeni.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.5k	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa pt. "Garnitur"	<u>Przed prezentacją:</u> Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych Rzesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> <u>W trakcie prezentacji:</u> wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom. <u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.51	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Agnes Janich	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  <u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom.  <u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Agnes Janich (1985, Łódź, mieszka i pracuje w Nowym Jorku i Warszawie) - studiowała fotografię w School of Visual Arts w Nowym Jorku. Jest artystką sztuk wizualnych. Pracuje z tematami - chronologicznie były to Lalki, Zagłada, Miłość, a obecnie Rodzina. W swoich instalacjach filmowych i dźwiękowych, zdjęciach, performansach, rzeźbach i sztuce w przestrzeni publicznej skupia się na pamięci ciała, pamięci historii i przemocy, najczęściej zajmuje się Holocaustem. Buduje labirynty, organizuje slide shows, tworzy książki fotograficzne opatrzone tekstami i multimedialne instalacje z użyciem świec, mydła czy róż. Swoje prace prezentowała na kilku kontynentach.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5f	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Wystawa prac Wiesława Luczaja	<p><u>Przed prezentacją:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  <u>W trakcie prezentacji:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom.  <u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wiesław Luczaj jest absolwentem Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, dwukrotnym stypendystą Ministra Kultury i Sztuki. Od 1986 roku pracuje na Wydziale Malarstwa warszawskiej uczelni, obecnie jako adiunkt II stopnia w Pracowni Wiedzy o Działaniach i Strukturach Wizualnych. Od 2001 roku jest profesorem nadzwyczajnym w Instytucie Edukacji Plastycznej Akademii Świętokrzyskiej w Kielcach. Tworzy w zakresie malarstwa, rysunku i instalacji.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5m	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	VI Zimowy Przegląd Filmowy "Koksownik"	<p><u>Przed imprezą:</u>  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> Druk ulotek w ilości 300 sztuk Płatna reklama w lokalnej telewizji Dami</p> <p><u>W trakcie imprezy:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom.</p> <p><u>Po prezentacji:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o imprezie	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Choć formuła przeglądu ewoluuje, prezentowane w ramach "Koksownika" filmy niezmiennie koncentrują się na problemach łamania praw człowieka, dyskryminacji i nadużywania władzy. Charakterystycznym elementem nawiązującym do tytułu i podkreślającym ideę tej imprezy są koksownicy – symbole grudnia '81, które, by podtrzymać tradycję, zapłoną w dniu otwarcia imprezy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.5n	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	VI Festiwal Sztuki im. Jerzego Buszy "Random in Radom"	<p><u>Przed festiwalem:</u>  Plakaty - 15 sztuk Akcja mailingowa skierowana do około 1000 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia, telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a></p> <p><u>W trakcie festiwalu:</u>  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom.</p> <p><u>Po festiwalu:</u> relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz portalach internetowych poświęconych sztuce</p>	Rozpowszechnienie informacji o festiwalu	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Kolejna edycja interdyscyplinarnego projektu organizowanego wspólnie z Centrum Rzeźby Polskiej w Orońsku. Patronem jest Jerzy Busza - związany z Radomiem teoretyk i krytyk sztuki. W 2007 roku odbyła się pierwsza edycja Festiwalu. Jego założeniem jest prezentacja nowych tendencji w sztukach wizualnych, zwłaszcza w takich dziedzinach, jak: fotografia, film, instalacja, multimedia.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.5o	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Dwujęzyczna strona internetowa	Stworzenie angielskiej wersji językowej obecnej strony internetowej; przetłumaczenie wszystkich tekstów zawartych na stronie internetowej na język angielski; prowadzenie i bieżąca aktualizacja wszystkich zawartych na stronie informacji dotyczących realizowanych działań	Zwiększenie atrakcyjności strony internetowej instytucji oraz jej dostępności dla obcokrajowców	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie zakłada funkcjonowanie strony internetowej www.elektrownia.art.pl w dwóch wersjach językowych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.5p	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Stała współpraca z informatorami kulturalnymi	Bieżące przekazywanie kompleksowych informacji na temat działań realizowanych przez instytucję lokalnym i krajowymi informatorom kulturalnym.	Rozpowszechnienie informacji o realizowanych przez instytucję działaniach.	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie zakłada regularną współpracę z takimi informatorami jak: Radomski Informator Kulturalny, Poland-Art.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.5r	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Stała współpraca z lokalnymi i krajowymi mediami	Podpisanie umów o wzajemnej wymianie usług z wybranymi mediami; współpraca w zakresie patronatów medialnych; bieżące przekazywanie informacji na temat instytucji i realizowanych przez nią działań; regularne dostarczanie informacji prasowych i materiałów graficznych (banerów, reklam) do publikacji	Rozpowszechnienie informacji o instytucji i realizowanych przez nią działaniach.	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Utrzymanie dotychczasowych i nawiązanie nowych kontaktów z lokalnymi i krajowymi mediami.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.6) Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie</b>					
8.6a	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Minangkabau. Kultura i sztuka Sumatry	Wysyłka 400 zaproszeń na otwarcie wystawy. Patronat honorowy: Ambasada Indonezji w Polsce. Patronaty medialne: Radio Kampus, portale: Kontynent Warszawa, Czas Dzieci, Kultura Ludowa. Materiały w mediach: tygodnik Przegląd, TVP Info – Qadrans Kultury, Polskie Radio 2, Radio dla Ciebie, Radio Kampus; kilkanaście współpracujących portali internetowych (zrealizowane w styczniu-lutym 2012). Materiały na profilach MAiP w portalach społecznościowych: Facebook, Twitter, Blogspot. Szeroki program imprez towarzyszących, w tym zajęć warsztatowych dla dzieci.	Promocja Muzeum oraz kultury indonezyjskiej jako jednego z priorytetowych obszarów działania placówki	Wystawa: 11 stycznia 2012 r. – 14 lutego 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.6b	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Pamiętka z podróży na Wschód”	Wysyłka 550 zaproszeń na otwarcie wystawy. Publikacja folderu towarzyszącego wystawie w nakładzie 1.000 egz. Patronaty medialne: miesięcznik Poznaj Świat, tygodnik Przegląd, Radio dla Ciebie, Radio Kampus, portal Kontynent Warszawa. Planowane materiały w mediach: tygodnik Przegląd, TVP Info – Qadrans Kultury, Polskie Radio 4, Radio dla Ciebie, Radio Kampus, kilkanaście współpracujących portali internetowych. Materiały na profilach MAiP w portalach społecznościowych: Facebook, Twitter, Blogspot.	Promocja Muzeum jako miejsca spotkań i inspiracji związanych z podróżami i kontaktami międzykulturowymi. Poszerzenie sieci kontaktów i współpracowników Muzeum, dotarcie do nowych środowisk potencjalnej publiczności.	Wystawa: 24 lutego 2012 r. – 19 maja 2012 r.

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

8.6c	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Bizuteria Afganistanu”	Wysyłka ok. 500 zaproszeń na otwarcie wystawy. Publikacja katalogu wystawy w nakładzie min. 500 egz. (rozsyłany m.in. do współpracujących instytucji zagranicznych). Planowany patronat honorowy Ambasady Afganistanu. Planowane patronaty medialne: m.in. Przegląd, Radio dla Ciebie, portale Kontynent Warszawa i Afganistan.pl. Kontakty w toku. Planowane materiały w mediach: zgodnie z patronatami, National Geographic Traveller, TVP Info – Qadrans Kultury,.. Materiały na profilach MAiP w portalach społecznościowych: Facebook, Twitter, Blogspot. „Sobota z kulturą Afganistanu” – całodzienny cykl imprez towarzyszących w trakcie pierwszego weekendu trwania wystawy.	Promocja Muzeum, jego zbiorów oraz kultury afgańskiej, jednego z ważnych obszarów działania placówki; promocja wiedzy o Afganistanie, istotnej w bieżącym kontekście politycznym polskiego zaangażowania w tym kraju	Wystawa: 31 maja 2012 r. – październik 2012 r.
------	------------------------------------	--	---	--	--

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.6d	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Ornament w sztuce Indonezji” (tytuł roboczy)	<p>Wysyłka ok. 500 zaproszeń na otwarcie wystawy.</p> <p>Publikacja katalogu wystawy w nakładzie min. 500 egz. (rozesłany m.in. do współpracujących instytucji zagranicznych).</p> <p>Planowany patronat honorowy Ambasady Indonezji.</p> <p>Planowane patronaty medialne: m.in. Przegląd, Radio dla Ciebie, portal Kontynent Warszawa.</p> <p>Planowane materiały w mediach: zgodnie z patronatami, portale internetowe itd.</p> <p>Materiały na profilach MAiP w portalach społecznościowych: Facebook, Twitter, Blogspot</p>	Promocja Muzeum, jego zbiorów oraz kultury indonezyjskiej jako jednego z priorytetowych obszarów działania placówki	<p>Wystawa:</p> <p>październik 2012 r.</p> <p>– styczeń 2013 r.</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.6e	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Broń indonezyjska ze zbiorów MAiP” realizowanej w Państwowym Muzeum Wschodu w Moskwie	Działania promocyjne – zaproszenia dla środowisk kulturalnych, naukowych i politycznych, kontakty z mediami – realizowane będą przez partnera rosyjskiego	Promocja wiedzy o Muzeum i jego zbiorach w środowisku rosyjskim. Reaktywacja żywych niegdyś kontaktów i współpracy	Wystawa planowana na początek 2013 r., działania promocyjne rozpoczęte w końcu 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.6f	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Cykl wystaw fotograficznych w księgarni Traffic Club	12 wystaw, zmienianych co miesiąc. Autorskie, najczęściej premierowe prezentacje fotografii z podróży lub badań w krajach Azji i Oceanii	„Wizytówka Muzeum” w komercyjnej przestrzeni w centrum Warszawy	cały 2012 r., w cyklu miesięcznym
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.6g	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Noc Muzeów 2012	Zwiedzanie wystawy „Pamiętka z podróży na Wschód” z jej kuratorami. Pokazy tańców kaukaskich, afgańskich, indyjskich i hawajskich w przestrzeni miejskiej. Dodatkowe działania – program w budowie. Informacja w materiałach Nocy Muzeów przygotowywanych przez Urząd M. St. Warszawy	Udział w ogólnowarszawskim wydarzeniu muzealnym, dotarcie do szerokich grup publiczności, również odwiedzającej Muzeum po raz pierwszy i dotychczas niezainteresowanych specyfiką działalności	19 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.6h	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja spotkań muzealnych	Przed wszystkim działania w internecie. Profile MAiP w portalach społecznościowych: Facebook (ponad 3.500 fanów), Twitter, Blogspot. Rosnąca liczba współpracujących portali, w tym warta podkreślenia długofalowa współpraca z portalem Kontynent Warszawa. Także: Afganistan.pl, Arabia.pl, Czas Dzieci, Kultura Ludowa, Kwiaty Orientu, Miasto Dzieci, Nasza Nowa Zelandia, Podróże, Transkaukazja i wiele innych	Docieranie do szerokich kręgów publiczności i potencjalnych współpracowników, głównie osób młodych	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.6i	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Publikacja informatora muzealnego	11 edycji – informator drukowany w cyklu miesięcznym (podwójne wydanie wakacyjne, VII-VIII), w nakładzie minimum 1.000 egz. (lub więcej zależnie od planowanych wydarzeń). Rozprowadzany w siedzibie własnej, biurach promocji turystycznej, podczas imprez organizowanych przy współpracy lub pod patronatem MAiP, na uczelniach, w instytucjach kultury, kawiarniach, klubach itp.	Regularna informacja drukowana, docieranie do różnych grup odbiorców poza siedzibą Muzeum; wizytówka instytucji	cały 2012 r., w cyklu miesięcznym
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.6j	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Udział Muzeum w publikacji tomu pokonferencyjnego „South-East Asia: Art, Cultural Heritage and Artistic Relations with Europe-Poland”	Publikacja tekstów pracowników Muzeum, odnoszących się do zbiorów placówki. Wkład redakcyjny i organizacyjny	Promocja Muzeum w światowych środowiskach specjalistów jako ważnego w skali międzynarodowej ośrodka kolekcji z Azji Południowo-Wschodniej oraz badań nad nimi	II połowa 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.6k	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Współpraca z organizacjami pozarządowymi i organizatorami wydarzeń kulturalnych o podobnym profilu	M.in. Fundacja Arteria – Festiwal Filmowy 5 Smaków, Festiwal TERRA, Klub i Festiwal Trzy Żywioty. Wzajemne działania promocyjne	Promocja Muzeum w środowiskach o pogłębionych zainteresowaniach tematyką azjatycką, a także szerszą podróżniczą, etnograficzną, antropologiczną, kulturoznawczą	cały 2012 r., zgodnie z kalendarzem zewnętrznych wydarzeń kulturalnych
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.6l	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Udział w programie Samorządu Województwa Mazowieckiego „Paszport turystyczny Województwa Mazowieckiego”	Udział zgodnie z założeniami opracowanymi przez Samorząd WM	Promocja Muzeum wśród mieszkańców Mazowsza i turystów dotychczas niezainteresowanych profilem działań naszej instytucji	zgodnie z kalendarzem opracowanym przez Samorząd WM
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
8.6f	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Patronaty nad studenckimi projektami naukowymi i kulturalnymi	Patronaty nad terenowymi projektami naukowymi realizowanymi w krajach Azji. Spotkania dla publiczności w Galerii Azjatyckiej, na których autorzy projektów prezentują w atrakcyjnej, popularnej formie rezultaty swoich badań i wrażenia z podróży. Patronaty i opieka merytoryczna nad studenckimi wydarzeniami kulturalnymi, np. festiwalami o tematyce azjatyckiej	Współpraca ze środowiskami studenckimi. Pozyskiwanie młodej publiczności o wyraźnie sprofilowanych zainteresowaniach, a także wolontariuszy do organizacji spotkań muzealnych	cały 2012 r., w miarę napływających zgłoszeń
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.6m	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Działania promocyjne związane z otwarciem nowej siedziby MAiP, planowanym na rok 2013	<p>Przejęcie budynku do użytkowania nastąpi w I. półroczu 2012 r. Po wstępnym zagospodarowaniu możliwe jest rozpoczęcie pierwszych działań dla publiczności w nowej siedzibie w sezonie jesiennym 2012. Rozważane projekty: część programu regularnych wystaw fotograficznych; Dzień Tajski (wrzesień/październik 2012); pokazy filmowe i spektakle teatralne (we współpracy z partnerami zewnętrznymi, m.in. cykl przedstawień i warsztatów azjatyckich teatrów lalek); świąteczny Bazar Orientalny; niektóre spotkania muzealne. Szczegółowy program w trakcie budowy.</p> <p>Prezentacja w nowym budynku projektów graficznych – wizualizacji ekspozycji stałej, która powstanie w roku 2013.</p> <p>Prezentacja tychże projektów na forum międzynarodowym, na spotkaniach muzeów o podobnym profilu (ASEMUS, EEMDG).</p> <p>Działania zmierzające do zwiększenia obecności Muzeum w mediach krajowych i zagranicznych poprzez publikacje zapowiadające otwarcie nowego gmachu i ekspozycji stałej.</p> <p>Intensywna kampania w serwisach społecznościowych.</p> <p>Podjęcie współpracy w formie wzajemnych działań promocyjnych z funkcjonującymi już instytucjami kulturalnymi Powiśla (BUW, Centrum Kopernik, Muzeum Chopina itd.).</p> <p>Praca nad nową stroną internetową Muzeum i całością systemu komunikacji wizualnej – konkurs dla młodych grafików.</p> <p>Przy końcu roku 2012 – konferencja prasowa dotycząca „nowego otwarcia”. Opracowanie materiałów promocyjnych dla dziennikarzy i programu artystycznego z tej okazji</p>	<p>Wprowadzenie nowej siedziby Muzeum do kulturalnego obiegu Warszawy.</p> <p>Utrwalenie nowego adresu w świadomości dotychczasowej publiczności i nowych środowisk, m.in. warszawiaków i turystów odwiedzających inne atrakcje kulturalne Powiśla.</p> <p>Stworzenie zainteresowania nadchodzącym wydarzeniem kulminacyjnym, jakim będzie otwarcie ekspozycji stałej, budowa klimatu oczekiwania w mediach i wśród publiczności.</p> <p>Zasygnalizowanie projektowanych imprez cyklicznych, takich jak Festiwal Azja i Pacyfik nad Wisłą, Azjatycki Dzień Dziecka, Bazar Orientalny.</p> <p>Zapowiedź całkowitej zmiany w funkcjonowaniu instytucji – informacja docierająca zarówno do potencjalnych krajowych odbiorców oferty, jak i środowisk zagranicznych zainteresowanych współpracą</p>	od września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.7) Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.7a	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama Muzeum	Folder informacyjny o Muzeum; druk kalendarzy na 2012 rok z informacjami na temat Muzeum oraz reprodukcjami zbiorów muzealnych; gadżety reklamowe z logo i nazwą Muzeum, strona internetowa Muzeum, wirtualna wycieczka po Muzeum na stronie internetowej Muzeum	Promocja Muzeum	cały 2012 r., Siedziba i oddziały Muzeum oraz miejsca działalności Muzeum
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie polega na wyprodukowaniu Kalendarzy i ich bezpłatnym kolportażu, tak jak i materiałów promocyjnych i folderu w siedzibie Muzeum, oddziałach w Sandomierzu i Piasecznie k. Gniewa w sposób ustawiczny, oraz przy okazji różnych form działalności Muzeum poza siedzibami, takich jak: konferencje, wystawy, festyny, pikniki kulturalne i naukowe itp., ponadto działanie polega na utrzymywaniu strony internetowej Muzeum a na niej wirtualnej wycieczki					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.7b	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama działalności Muzeum	Zaproszenia imienne, plakaty, spoty reklamowe w radiu, informacje prasowe, informacje na stronie internetowej Muzeum	Promocja działalności Muzeum	cały 2012 r., Województwo Mazowieckie, Inne regiony Polski
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie polega na produkcji materiałów reklamowych takich jak wymienione wyżej do każdorazowego przedsięwzięcia Muzeum, w zależności od jego formy: wystawa, konferencja naukowa, festyn, piknik, plener malarski, konkursy. W trakcie i po zakończeniu przedsięwzięcia będą się ukazywały informacje o nim na stronie internetowej Muzeum oraz w prasie i innych środkach masowego przekazu					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.7c	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Promocja wydawnictw Muzeum	Zaproszenia imienne, informacje na stronie internetowej, informacje w prasie	Promocja wydawnictw i działalności Muzeum	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie polega na przygotowaniu promocji wydawnictw MHPRL, zarówno całości jak i poszczególnych publikacji, poprzez organizację promocji w siedzibie Muzeum lub poza nią z wykorzystaniem środków i form wymienionych wyżej					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.7d	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Promocja wydawnictw Muzeum na targach	Wystawiennictwo książek na imprezach plenerowych, udział w targach książki historycznej	Promocja wydawnictw i działalności Muzeum	IX – XI 2012 r., Kraków, Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie polega na udziale Muzeum w targach książek organizowanych na terenie Warszawy i Województwa Mazowieckiego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.7e	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama multimedialna	Strona internetowa Muzeum, strony internetowe instytucji masowego przekazu – np. radia; portale informacyjne i kulturalne	Promocja Muzeum	cały 2012 r., Internet
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie polega na przygotowaniu informacji o Muzeum i kolportowaniu jej za pomocą różnych portali kulturalnych i informacyjnych jak np.: Wolna sobota, portale urzędu miasta stołecznego Warszawy, portale instytucji współpracujących z Muzeum jak np. uczelnie wyższe, domy kultury i instytucje kultury					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.7f	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama w wydawnictwach albumowych	Prezentacja tekstowo-ikonograficzna o Muzeum i jego działalności	Promocja Muzeum	cały 2012 r., Wydawnictwa albumowe
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie polega na przygotowaniu prezentacji o działalności Muzeum składającej się z tekstu informacyjnego oraz materiałów ikonograficznych przedstawiających siedzibę Muzeum i jego zbiory i zamieszczeniu jej w wydawnictwach albumowych, przygotowywanych na rok 2012.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.8) Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu</b>					
8.8a	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wykład p. Ryszarda Czajowskiego - podróżnika, operatora filmowego, autora programów telewizyjnych pt. "Trudno uwierzyć ale to wszystko Afryka". Wykład będący jednym z cyklu działań promocyjnych dotyczących wystawy "Tajemnice Czarnego Łądu"	Przed wykładem - plakatowanie w radomskich ośrodkach kultury, zawiadomienie szkół poprzez zanoszenie i wysyłanie informacji o wykładzie, powiadomienie szerokiego kręgu odbiorców poprzez rozpowszechnienie informacji w mediach: prasa, radio, telewizja, portale internetowe. Umieszczenie informacji o wydarzeniu na stronie internetowej Muzeum im. J. Malczewskiego w Radomiu.	Promocja wystawy "Tajemnice Czarnego Łądu". Przyciągnięcie różnych grup odbiorców na wystawę- od młodzieży szkolnej po ludzi dorosłych zainteresowanych tematem.	3 lutego 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wykład będący jednym z cyklu działań promocyjnych dotyczących wystawy "Tajemnice Czarnego Łądu".					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.8b	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Koncert na zakończenie wystawy "Tajemnice krakowskiego Bractwa Kurkowego" połączony ze spotkaniem Radomskiego Bractwa Kurkowego im. Św. Sebastiana.	Zawiadomienie mediów ogólnopolskich, lokalnych: prasa, radio, telewizja, portale internetowe. Umieszczenie informacji na stronie internetowej muzeum.	Promocja placówki na terenie Radomia i kraju.	30 marca 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Przez cały czas trwania wystawy "Tajemnice Krakowskiego Bractwa Kurkowego" przyciągała ona zainteresowane tematyką osoby. Stała się również pewnego rodzaju inspiracją do założenia Radomskiego Bractwa Kurkowego im. Św. Sebastiana w Radomiu - w którym zrzeszeni są szanowani obywatele miasta, mający na celu jego dobro i rozwój. Pierwsze spotkanie członków Bractwa odbyło się w muzeum, przy okazji otwarcia wystawy. Zakończenie jej odbędzie się bardzo uroczystie - koncertem Radomskiej Orkiestry Kameralnej i spotkaniem Bractwa oraz zaproszeniem na spotkanie gości. Ta impreza, która zostanie szeroko opisana przez media przyczyni się do promowania Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu i na terenie całego kraju.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.8c	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Promocja imprezy Żydowska Noc Muzealna 2012 w Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Przed imprezą - plakatowanie miasta, powiadomienie szerokiego kręgu odbiorców poprzez rozpowszechnienie informacji w mediach: wywiady w rozgłośniach radiowych, telewizjach, prasie, artykuły w prasie i w portalach internetowych. Umieszczenie informacji o wydarzeniu na stronie internetowej Muzeum im. J. Malczewskiego w Radomiu.	Przyciągnięcie widzów do muzeum, promocja placówki.	19 maja 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Muzeum im. J. Malczewskiego już kolejny raz bierze udział w imprezie Noc Muzealna. Jest to moment, gdy w muzeum gromadzi się podczas jednego dnia kilka tysięcy widzów. Tradycją stało się robienie tematycznych Nocy Muzealnych, tym razem pragniemy przybliżyć odbiorcom kulturę Żydowską. Tradycje żydowskie są dla naszego miasta istotne, ponieważ zachowało się jeszcze sporo pamiątek po Żydach licznie mieszkających w Radomiu przed wojną. Noc Muzealna ma na celu poprzez różne formy wypowiedzi artystycznej zapoznać zwiedzających z szeroką i różnorodną ofertą kulturalną przygotowaną na to wydarzenie przez muzealników (wystawy, warsztaty, występy artystyczne, wykłady, pokazy obrzędów, konkursy).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.8d	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Otwarcie wystawy "Galeria malarstwa polskiego XIX i XX w." oraz wykład związany z promocją wystawy "Galeria malarstwa polskiego XIX i XX w."	Przed i podczas trwania wystawy: plakatowanie miasta, rozpowszechnianie wiadomości o wystawie w mediach ogólnopolskich. Przed wykładem - plakatowanie w radomskich ośrodkach kultury, zawiadomianie szkół poprzez zanoszenie i wysyłanie informacji o wykładzie, powiadomienie szerokiego kręgu odbiorców poprzez rozpowszechnienie informacji w mediach: prasa, radio, telewizja, portale internetowe. Umieszczenie informacji o wydarzeniu na stronie internetowej Muzeum im. J. Malczewskiego w Radomiu.	Promocja wystawy "Galeria malarstwa polskiego XIX i XX w." oraz tym samym Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu w Radomiu i Polsce.	lipiec - sierpień 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa "Galeria malarstwa polskiego XIX i XX w" pokazywać będzie najlepsze dzieła malarstwa polskiego zgromadzone przez Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu wzbogacone arcydziełami z Muzeum Narodowego w Warszawie. Rozpowszechnienie informacji o tym wydarzeniu kulturalnym i promocja rozpocznie się miesiąc przed jej otwarciem konferencją prasową, następnie nastąpi plakatowanie miasta i szeroko zakrojona akcja informacyjna. Wykład związany tematycznie z wystawą, a wygłoszony przez historyka sztuki odpowiedzialnego za kształt wystawy przyciągnie niewątpliwie wielbicieli malarstwa i przyczyni się do zwiększenia zainteresowania ekspozycją i placówką, w której będzie ona prezentowana.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.8e	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Promocja wystawy "Grecja i Rzym". Spotkanie z metodykami radomskimi (poloniści, historycy, nauczyciele wiedzy o kulturze, oraz geografowie).	Przed i podczas trwania wystawy: plakatowanie miasta, rozpowszechnianie wiadomości o wystawie w mediach lokalnych i ogólnopolskich. Przed spotkaniem z nauczycielami szeroki kontakt z placówkami: Mazowieckie Kuratorium Oświaty, RODON, Stowarzyszeni Nauczycieli Polonistów, Wydział Edukacji Urzędu Miejskiego. Umieszczenie informacji o wydarzeniu na stronie internetowej Muzeum im. J. Malczewskiego w Radomiu.	Rozpowszechnienie informacji o wystawie przygotowanej przez Muzeum im. Jacka Malczewskiego, zapoznanie nauczycieli z ofertą edukacyjną dotyczącą wystawy i możliwości pozyskiwania wiedzy przez uczniów biorących udział w zwiedzaniu lub lekcjach muzealnych i warsztatach tematycznie związanych z wystawą.	wrzesień 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Szerokie rozpowszechnienie wiadomości o nowo otwartej wystawie pt. "Grecja i Rzym" poprzez przekazywanie o ekspozycji (plakatowanie, współpraca z wszelkimi mediami). Organizacja spotkania z metodykami i zgrupowanymi w stowarzyszeniach nauczycielami, szczególnie w Radomskim Ośrodku Doskonalenia Nauczycieli, którzy zostaną zapoznani z ofertą edukacyjną i treściami pokazywanymi na wystawie. Głównym odbiorcą wystaw edukacyjnych jest młodzież szkolna, toteż upowszechnianie informacji i promowanie ekspozycji wśród wychowawców szkolnych przyczynia się do zwiększenia frekwencji na wystawach.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.8f	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wieczór słowiański - impreza promująca wystawę "Badania archeologiczne nad Mleczną wczoraj i dziś."	Przed imprezą - plakatowanie w radomskich ośrodkach kultury, zawiadomianie szkół poprzez zanoszenie i wysyłanie informacji, powiadomienie szerokiego kręgu odbiorców poprzez rozpowszechnienie informacji w mediach: prasa, radio, telewizja, portale internetowe. Umieszczenie informacji o wydarzeniu na stronie internetowej Muzeum im. J. Malczewskiego w Radomiu	Przyciągnięcie szerokiego kręgu odbiorców do Muzeum im. J. Malczewskiego, promocja placówki i nowo otwartej ekspozycji.	grudzień 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Impreza pt. "Wieczór słowiański" zorganizowana przez Muzeum przyczyni się do zainteresowania widza ekspozycją "Badania archeologiczne nad Mleczną wczoraj i dziś". Organizacja "Wieczoru słowiańskiego" zawierać będzie: prezentację starych słowiańskich technik rzemieślniczych, występy artystyczne i gawędy. Tego typu działania promocyjno - edukacyjne przyczyniają się do podniesienia oglądalności wystawy i poszerzenia wiedzy zwiedzających na tematy prezentowane na ekspozycji oraz ogólnej wiedzy o działalności muzeum.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.8g	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Promocja uroczystych obchodów 50. lecia działalności Muzeum Jana Kochanowskiego w Czarnolesie - oddziału Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Konferencja prasowa, informacja w mediach ogólnopolskich i lokalnych: prasa, radio, telewizja, portale internetowe. Organizacja koncertu jubileuszowego. Druk wydawnictw promocyjnych (w miarę posiadanych środków finansowych).	Promocja Muzeum Jana Kochanowskiego w Czarnolesie na terenie całej Polski, przyciągnięcie jak największej ilości zwiedzających.	wrzesień 2012 r. Gmach Główny Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Promocja 50. lecia działalności Muzeum Jana Kochanowskiego w Czarnolesie polegająca na zorganizowaniu konferencji prasowej, na której przedstawione zostaną dotychczasowe działania i osiągnięcia placówki oraz plan działania na kolejne lata. Organizacja koncertu jubileuszowego w budynku dworku czarnoleskiego. Wydruk wydawnictw promocyjnych, lub wybite medale pamiątkowe (działanie uzależnione od posiadanych środków).</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.9) Muzeum Kolejnictwa w Warszawie</b>					
8.9a	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	NOC MUZEÓW	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	19/20 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9b	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Dzień Dziecka	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	1 czerwca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9c	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Oddział Muzeum w Sochaczewie - otwarcie sezonu turystycznego kolejki wąskotorowej	Działania promocyjne polegać będą na: - zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum - zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum - mailing z informacją - współpraca z mediami	zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum; - dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;	19/20 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9d	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Dni Techniki Kolejowej	Działania promocyjne polegać będą na: - zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum - zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum - mailing z informacją - współpraca z mediami	zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum; - dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;	czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9e	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Lato na Głównym	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	lipiec-sierpień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9f	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Podróż z Koziołkiem Matolkiem	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9g	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Dni Transportu Publicznego	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9h	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Europejskie Dni Dziedzictwa	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9i	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Zamknięcie sezonu turystycznego Wąskotorowej Kolejki w Sochaczewie	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9j	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Ogólnopolski Tydzień Czytania Dzieciom	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9k	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Tydzień z książką	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9l	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Rola Kolei w walce o niepodległość Polski	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9ł	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Dzień Kolejarza	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	25 listopada 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9m	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Mikołajki z Mikołajem	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	6 grudnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9n	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Międzynarodowy Dzień Niepełnosprawnych	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9o	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Spotkania poetyckie pod hasłem „Przedział słów”	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9p	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Spotkania wspomnieniowe dla seniorów	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9q	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Weekend dla modelarzy kolejowych z całej Polski	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9r	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Wspomnienia kolejowych klubów sportowych	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9s	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Warsztaty teatralne	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9t	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Makieta kolejowa 1:32	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	<p>14 stycznia 2012 r.</p> <p>– 6 maja 2012 r.</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9u	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	„Szalona Lokomotywa”	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <p>wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczeniu informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją o wystawie</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul> <p>Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”</p>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	<p>kwiecień-maj 2012 r.</p>

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9v	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Wystawa prac Igora Przybylskiego	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna</li> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją o wystawie</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul> <p>Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”</p>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	czerwiec-wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.9w	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Wystawa Plakatu Turystycznego i Kolejowego ze zbiorów Muzeum Plakatu w Wilanowie	Działania promocyjne polegać będą na: wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna - zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum - zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum - mailing z informacją o wystawie - współpraca z mediami Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”	zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum; - dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;	wrzesień-październik 2012 r.

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

8.9x	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Wystawa młodego fotografika Tomasza Jacykowa „Współczesna polska kolej”	Działania promocyjne polegać będą na: wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna - zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum - zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum - mailing z informacją o wystawie - współpraca z mediami Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”	zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum; - dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;	listopad-grudzień 2012 r.
------	--------------------------------	---	---	---	---------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.9y	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Wystawa działań pracowni konserwatorskiej	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna</li> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją o wystawie</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul> <p>Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”</p>	<p>zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum;</p> <p>- dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców;</p>	<p>grudzień 2012 r. (pod warunkiem dofinansowania MKiDN)</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.10) Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.10a	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Uroczyste obchody 181. rocznicy Bitwy pod Ostrołęką 26 maja 1831 roku oraz zakończenie realizacji projektu "Ponarwie"	Wydanie pamiątkowego plakatu i medalu, banery, współpraca z grupami rekonstrukcji historycznych, koncert pieśni patriotycznych, materiały do mediów, kontakt z biurami podróży i nauczycielami historii, informacje na stronie internetowej <a href="http://www.ponarwie.pl">www.ponarwie.pl</a>	Promocja nowego obiektu infrastruktury kultury po zakończeniu konserwacji i rewitalizacji fortu ziemnego i pomnika - mauzoleum poległych w bitwie pod Ostrołęką 26 maja 1831 roku	26 maja 2012 r. pomnik - mauzoleum i teren fortyfikacji u zbiegu ulic Warszawskiej i Stacha Konwy w Ostrołęce
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce w latach 2001-2005 organizowało obchody rocznic bitwy pod Ostrołęką z 1831 roku w formie widowisk batalistycznych z udziałem grup rekonstrukcji historycznych. Bitwa została także upamiętniona w stałej wystawie w Muzeum. Od 2010 roku Muzeum realizuje projekt współfinansowany ze środków EFRR w ramach RPO WM 2007-2013, działanie 6.1 Ponarwie. Konserwacja i rewitalizacja fortu ziemnego i pomnika - mauzoleum poległych w bitwie pod Ostrołęką 26 maja 1831 roku. Zakończenie realizacji projektu odbędzie się 26 maja 2012 roku i będzie połączone z uroczystymi obchodami 181. rocznicy bitwy. Jednym z punktów uroczystości będzie wręczenie pamiątkowych medali przygotowanych przez muzeum upamiętniających rocznicę bitwy oraz zakończenie realizacji projektu. Poza częścią oficjalną uroczystości przewidziane są różnorodne działania o charakterze edukacyjnym z udziałem grup rekonstrukcji historycznych m.in. koncert pieśni patriotycznych z czasów powstania listopadowego, prezentacja obozowiska historycznego, gra miejska. Rezultatem projektu będzie powstanie nowego obiektu infrastruktury kultury udostępnionego zwiedzającym. W ramach projektu powstanie punkt informacji turystycznej. Udostępnione zostaną dwa odrestaurowane obiekty wpisane do rejestru zabytków oraz trzy wystawy tematyczne: Bitwa pod Ostrołęką 26 maja 1831 i obchody rocznic, Fortyfikacje carskie nad Narwią i Skansen artylerii Królestwa Polskiego.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.11) Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie</b>					
8.11a	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Pimpuś Sadelko na 102!	w 2012 roku - zajęcia edukacyjne, warsztaty plastyczne oraz konkurs i uczniowska sesja naukowa <i>Po co nam książki</i>	stworzenie oferty wystawienniczej adresowanej do dzieci; zainteresowanie najmłodszego widza wnętrzem książki - światem literackim, przypomnienie postaci Marii Konopnickiej i jej twórczości dla dzieci	6 grudnia 2011 r. - 1 czerwca 2012 r., siedziba główna
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wystawa jednej książki, adresowana do dzieci, najmłodszej publiczności Muzeum, ma zapoczątkować cykl wystaw edukacyjnych. Do zapoznania się z bohaterami poematu Marii Konopnickiej i stworzonym przez nią literackim światem zachęcają dzieci opracowane przez Annę Marię Bauer gra planszowa i loteryjska.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.11b	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Sztuka i krytyka u nas czyli tortura czarownicy. Marian Wawrzeniecki (1863-1943)	zapowiedź wystawy i informacje o niej na stronie www Muzeum, plakat przed wejściem do Muzeum, informacje o ekspozycji w mediach, wykład prof. Janusza Zagrodzkiego oświęcony M. Warzeniekiem	przypomnienie malarstwa M. Wawrzenieckiego, prezentacja odnalezionej kolekcji rysunków, przedstawienie wzajemnych odniesień literackich i malarskich	28 lutego 2012 r. - 6 maja 2012 r., siedziba główna
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa jednego autora - malarza, archeologa, słowianoznawcy, ucznia Jana Matejki. Przedstawimy na niej nieznaną kolekcję rysunków z odnalezionej niedawno teki, pochodzącą z kolekcji prywatnej. Uzupełnieniem będą obrazy olejne ze zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie oraz archiwalia z Muzeum Literatury - obrazy, rękopisy oraz książki autorstwa M. Wawrzenieckiego, w tym ilustracje z czasopism "Chimera" i "Sfinks"					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.11c	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Broniewski - ale jaki!	informacje w mediach - zapowiedzi wystawy oraz artykuły o ekspozycji po otwarciu i w trakcie trwania wystawy, patronaty medialne, kampania na portalach internetowych, na stronie www Muzeum, Twitterze, Facebooku, kampania reklamowa w warszawskim metrze i autobusach; plakat i ulotka wystawy kolportowane w punktach informacji turystycznej i współpracujących z Muzeum instytucjach kultury; cykl imprez towarzyszących, w tym spektakli, spotkań promocyjnych i wykładów, a także sesja naukowa	przypomnienie postaci Władysława Broniewskiego, ukazanie wieloznaczności losów człowieka zawłaszczonego przez poprzedni ustrój, prezentacja i interpretacja jego twórczości poety	22 marca 2012 r. - 15 sierpnia 2012 r., siedziba główna Muzeum Literatury, planowana jest także prezentacja wystawy w Płocku
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>W roku 2012 przypada 50. rocznica śmierci Władysława Broniewskiego. To dobra sposobność by przypomnieć poetę, którego twórczość wywarła wpływ na całe pokolenia Polaków. Jego wieczory poetyckie zawsze – przed wojną, w czasie wojny i po wojnie – gromadziły wielkie rzesze słuchaczy. Tomiki i ręcznie przepisywane wiersze miały swoje niezwykle losy, a niektóre, jak "Bagnet na broń" odegrały wręcz historyczną rolę. Dziś Broniewski wymaga przypomnienia - okres PRL-u, sposób przedstawiania poety, dobór jego twórczości, zaciążyły dramatycznie na odbiorze poety i wprowadziły zamęt interpretacyjny. Celem wystawy jest skłonienie do refleksji nad tym, jakim był Władysław Broniewski, jaką rolę odegrał w naszej historii i literaturze. Chcemy zwrócić uwagę na złożone interakcje pomiędzy jego biografią i twórczością a wydarzeniami historycznymi, na ogromną i nieświadomą dzisiaj wielostronność jego poezji. W scenograficznie zaaranżowanych wnętrzach, Broniewski zostanie ukazany za pośrednictwem rękopisów, tekstów poetyckich, korespondencji, dokumentów, fotografii, publikacji, plakatów, obrazów rzeźb, nagrań głosu poety oraz fragmentów związanych z nim filmów –eksponatów w większości pochodzących ze zbiorów i archiwum Muzeum Władysława Broniewskiego. Ekspozycji towarzyszyć będzie dwudniowa sesja naukowa w Instytucie Badań Literackich zorganizowana wspólnie przez Muzeum, Instytut Badań o Literaturze im. I. Opackiego Uniwersytetu Śląskiego i Uniwersytet Warszawski, obszerny folder oraz bogaty program edukacyjny adresowany do różnych grup odbiorców.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.11d	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Bruno Schulz. Rzeczywistość przesunięta	blog autora wystawy w formie relacji z przygotowań i pracy nad ekspozycją, informacje w mediach - zapowiedzi wystawy oraz artykuły o ekspozycji po otwarciu i w trakcie trwania wystawy, patronaty medialne, kampania na portalach internetowych, na stronie www Muzeum, Twitterze, Facebooku; plakat i ulotka wystawy kolportowane na słupach ogłoszeniowych, klubach, kawiarniach; gadżety reklamowe; wykłady i autorski program edukacyjny; katalog wystawy	ukazanie twórczości literackiej i plastycznej Bruno Schulza na tle sztuki polskiego międzywojnia oraz współczesnych kontekstów interpretacji jego dzieła w kulturze polskiej	20 września 2012 r. - 31 grudnia 2012 r., siedziba główna
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>W roku 2012 przypada 120. rocznica urodzin i 70. rocznica śmierci Brunona Schulza. Przygotowywana przez Muzeum Literatury wystawa Brunona Schulza ma za zadanie ukazać po raz pierwszy jego twórczość na tle kierunków artystycznych polskiego międzywojnia, a szczególnie usytuować ją w nurcie „malarstwa przesuniętej rzeczywistości”, usytuowanym na krawędzi surrealizmu, realizmu magicznego i refleksyjnej groteski. Zaprezentujemy ponad 100 dzieł sztuki pochodzących z muzeów i kolekcji prywatnych (malarstwo, rysunek, grafika, collage). Zaprezentujemy cykl symbolicznych wizerunków Drohobycza stworzonych na tę okazję przez artystę Władysława Szczepańskiego i premierowy film Joanny Żamojdo „Modlitwa o zmartwychwstanie Brunona Schulza”, rejestrujący wywiad z ostatnim uczniem artysty, świadkiem jego śmierci. Ekspozycji towarzyszyć będzie autorski program edukacyjny skierowany do młodzieży szkolnej i obszerny katalog zawierający ilustracje dzieł i eseje specjalistów.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.11e	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Bruno Schulz	wystawa planszowa w języku polskim, angielskim, francuskim, niemieckim	popularyzacja wiedzy o Bruno Schulzu w roku 120. rocznicy urodzin i 70. rocznicy śmierci	wiosna 2012 r., na terenie Polski w muzeach i ośrodkach kultury; za granicą przy współpracy MSZ
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa planszowa poświęcona życiu i twórczości autora Sklepów cynamonowych, składająca się z ok. 25 barwnych plansz. Ilustrowana fotografiami i pracami graficznymi ze zbiorów Muzeum Literatury, opatrzonych popularnonaukowym komentarzem. Wystawie w wersji polskiej towarzyszyć będzie płyta dla nauczycieli języka polskiego z rozszerzonym opracowaniem do przeprowadzenia lekcji.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.11f	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Władysław Sebyła	informacje w mediach - zapowiedzi wystawy oraz artykuły o ekspozycji po otwarciu i w trakcie trwania wystawy, patronaty medialne, kampania na portalach internetowych, na stronie www Muzeum, Twitterze, Facebooku, plakat i ulotka wystawy kolportowane w punktach informacji turystycznej i współpracujących z Muzeum instytucjach kultury; cykl imprez towarzyszących, w tym spektakli, spotkań promocyjnych i wykładów	Prezentacja monograficzna Władysława Sebyły	7 listopada 2012 r. - 31 grudnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Ekspozycja zorganizowana w Roku Władysława Sebyły na Mazowszu, prezentująca jednego z najciekawszych i najważniejszych twórców polskiego dwudziestolecia. Przygotowana zostanie w oparciu o archiwum poety ze zbiorów Muzeum Literatury.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.11g	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Otwarcie ekspozycji w Muzeum Josepha Conrada w Berdyczowie	informacja o Muzeum Literatury jako instytucji wspomagającej realizację ekspozycji na terenie Muzeum Josepha Conrada	przygotowanie stałej ekspozycji w nowopowstałym muzeum	grudzień 2012 r., Berdyczów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
W Berdyczowie (Ukraina) trwają prace nad zorganizowaniem pierwszego na terenie Ukrainy Muzeum Josepha Conrada. Do współpracy nad scenariuszem i ekspozycją zaproszona została kustosz Elżbieta Szymańska z Muzeum Literatury. Prawdopodobny termin zakończenia prac i uroczyste otwarcie planowane są na grudzień 2012 roku.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.12) Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu</b>					
8.12a	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Wystawa "Wokół jednego obrazu - Sejmik bocianów" Władysława Aleksandra Maleckiego. Obrazy ze zbiorów Muzeów Narodowych w Warszawie, Krakowie, Kielcach i Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Afisze, reklama w mediach, zaproszenia.	Przypomnienie twórczości wybitnego artysty związanego w ostatnim okresie życia z Szydłowcem	czerwiec - wrzesień 2012 r., Szydłowiec, pow. szydłowiecki, region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozlepienie na słupach ogłoszeniowych afiszy reklamujących wystawę, rozesłanie zaproszeń, plakatów i informacji o wystawie do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacja o wystawie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w mediach lokalnych i regionalnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.12b	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Wystawa "Wokół instrumentu-harmonia"	Afisze, reklama w mediach, zaproszenia.	Kontynuacja promocji polskich instrumentów ludowych ze zbiorów MLIM	wrzesień 2012 r. - styczeń 2013 r. Szydłowiec, pow. szydłowiecki, region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozlepienie na słupach ogłoszeniowych afiszy reklamujących wystawę, rozesłanie zaproszeń, plakatów i informacji o wystawie do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacja o wystawie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w mediach lokalnych i regionalnych					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.12c	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Wykład prof. dr hab. Zbigniewa Przerembskiego "Dudy w staropolskiej tradycji muzycznej"	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia.	Promowanie wiedzy o instrumentach dudowych. Spotkanie towarzyszące wystawie "Dudy - niezwykły instrument muzyczny"	kwiecień 2012 r., Szydłowiec, pow. szydłowiecki
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozesłanie zaproszeń do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona informacja o wykładzie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie. Planuje się rozwieszenie na słupach ogłoszeniowych afiszy informacyjnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.12d	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Wykład prof. Stanisława Żaka "Mit kultury chłopskiej na podstawie twórczości Wiesława Myśliwskiego"	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia.	Promowanie wiedzy o kulturze chłopskiej.	wrzesień 2012 r., Szydłowiec, pow. szydłowiecki
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozesłanie zaproszeń do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona informacja o prelekcji. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie. Planuje się rozwieszenie na słupach ogłoszeniowych afiszy informacyjnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.12e	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Wykład Alojzego Obornego "Wokół jednego obrazu - Sejmik bocianów"	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia.	prelekcja towarzysząca wystawie "Wokół jednego obrazu - Sejmik bocianów"	czerwiec 2012 r., Szydłowiec, pow. szydłowiecki, region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozesłanie zaproszeń do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona informacja o prelekcji. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie. Planuje się rozwieszenie na słupach ogłoszeniowych afiszy informacyjnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.12f	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Spotkania z publicznością" Wokół przedmiotu - muzyczne asocjacje, muzyczne wspomnienia"	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia.	integracja lokalnego środowiska i jego aktywizacja w przestrzeni muzycznej	II połowa 2012 r. Szydłowiec, powiat szydłowiecki
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozesłanie zaproszeń do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona informacja o spotkaniu. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie. Planuje się rozwieszenie na słupach ogłoszeniowych afiszy informacyjnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.12g	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja lekcji muzealnych	Zaproszenia z ofertą tematów lekcji skierowane do szkół lokalnych i regionalnych ,kontakty osobiste z nauczycielami historii, j. polskiego, plastyki	Promocja muzeum w środowisku lokalnym. Zachęcanie uczniów i nauczycieli szkół do korzystania z lekcji muzealnych	cały 2012 r. Szydłowiec, powiat szydłowiecki, region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozesłanie drogą internetową do szkół lokalnych i regionalnych zaproszeń z ofertą tematów lekcji skierowaną do uczniów i nauczycieli. Pracownicy muzeum będą się osobiście kontaktować ze szkołami lokalnymi w celu przedstawienia oferty i zachęcenia do korzystania z lekcji muzealnych. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona informacja o proponowanych tematach lekcji					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.12h	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Festiwal harmonistów z czterech powiatów	Afisze, reklama w mediach, zaproszenia.	popularyzowanie muzyki ludowej	II połowa 2012 r., Szydłowiec, powiat szydłowiecki, powiat opoczyński, powiat przysuski, powiat konecki region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozlepianie na słupach ogłoszeniowych afiszy reklamujących koncert, rozesłanie zaproszeń, plakatów i informacji o koncercie do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacja o koncercie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w mediach lokalnych i regionalnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.12i	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Koncert muzyki klasycznej z cyklu "Inspiracje muzyką ludową"	Afisze, reklama w mediach, zaproszenia.	ukazanie muzyki ludowej w aspekcie muzyki wysokoartystycznej	II połowa 2012 r., Szydłowiec, powiat szydłowiecki region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozlepianie na słupach ogłoszeniowych afiszy reklamujących koncert, rozesłanie zaproszeń, plakatów i informacji o koncercie do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacja o koncercie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w mediach lokalnych i regionalnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.12j	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Koncert muzyki jazzowej z cyklu "Inspiracje muzyką ludową" w wykonaniu Kwartetu Grzegorza Tomaszewskiego	Afisze, reklama w mediach, zaproszenia.	promowanie muzyki wysokoartystycznej	II połowa 2012 r., Szydłowiec, powiat szydłowiecki, region
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Planuje się rozklepnięcie na słupach ogłoszeniowych afiszy reklamujących koncert, rozesłanie zaproszeń, plakatów i informacji o koncercie do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacja o koncercie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w mediach lokalnych i regionalnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.13) Muzeum Mazowieckie w Płocku</b>					
8.13a	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Płock – portret miasta	wydawnictwa promocyjne: plakat, zaproszenie, katalog; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na stronie i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	20 stycznia 2012 r. - 18 marca 2012 r. MMP
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa obrazów - według Płocka pochodzących ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13b	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA: Malarstwo Andrzeja Walaska, Zdzisława Kruszyńskiego oraz rzeźba Jana Stepkowskiego	Wydawnictwa promocyjne: plakat, zaproszenie, folder promocyjny; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na stronie i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	9 lutego 2012 r. - 15 kwietnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa trzech artystów prezentująca ich prace malarskie i rzeźbiarskie					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13c	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Portret ze Świata	X	upowszechnieniowy	17 lutego 2012 r. - 25 marca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa fotografii - portretów reportażowych będących efektem licznych podróży fotografa Edwarda Grzegorza Funke					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13d	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Między symbolem a metaforą	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	23 marca 2012 r. - 27 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa 36 obrazów i grafik pochodzących z kolekcji Muzeum Mazowieckiegoz wybranych pod kątem obecności „symbolu metaforycznego”					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13e	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Plener u wójta	Wydawnictwo promocyjne: zaproszenie;informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	29 marca 2012 r. - 22 kwietnia 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa obrazów będących pokłosiem pleneru malarskiego organizowanego przez Stowarzyszenie Gmin Turystycznych Pojezierza Gostynińskiego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13f	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Medale z daru Tadeusza Boguckiego	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat, katalog; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	27 maja 2012 r. - 26 sierpnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa prezentująca dary numizmatyczne przekazane do zbiorów Muzeum Mazowieckiego przez Tadeusza Boguckiego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13g	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Płock – industrialny portret miasta	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	31 maja 2012 r. - 2 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa obrazów - według Płocka pochodzących ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.13h	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Malarstwo Stanisława Koguciuka	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	28 czerwca 2012 r. - 30 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa etnograficzna prezentująca prace Stanisława Koguciuka - twórcy ludowego z Pławanic (woj.. Chełmskie), nagradzanego w wielu konkursach sztuki ludowej					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13i	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Stefan i Franciszka Themerson	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	14 września 2012 r. - 20 stycznia 2013 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa prac oraz pamiątek Themersonów, małżeństwa zajmującego się wieloma dziedzinami (literatura, fotografia, grafika) sztuki, uznawanych za twórców awangardowych, uznanych w Europie					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13j	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA ZHP w Płocku	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa prezentująca historię Związku Harcerstwa Polskiego w Płocku					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13k	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA Megalithy – kamienne giganty	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	18 października 2012 r. - styczeń 2013 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa organizaowana wspólnie z Państwowym Muzeum Archeologicznym w Warszawie					
<b>OCENA *</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p>					
8.13l	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA CZASOWA 50 lat Płockiego Towarzystwa Fotograficznego im. Aleksandra Macieszy	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	18 grudnia 2012 r. - 3 lutego 2013 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa prezentująca działalność Płockiego Towarzystwa Fotograficznego z okazji jego jubileuszu					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13ł	Muzeum Mazowieckie w Płocku	WYSTAWA STAŁA Rzemiosło artystyczne (metal, ceramik, biżuteria) okresu secesji	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat;informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy	maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa ma być rozszerzeniem obecnej stałej wystawy poświęconej sztuce secesji o eksponaty magazynowe Muzeum Mazowieckiego					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13m	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Promocja programu edukacyjnego na rok szkolny 2012/2013	wydawnictwo Muzeum - Szkole;informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na stronach i portalach tematycznych, informacje do szkół płockich i mazowieckich	promocyjny, informacyjny	wrzesień - październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Doroczne wydawnictwo Muzeum - Szkole to informator edukacyjny będący pomocą dla nauczycieli i opiekunów grup szkolnych planujących wizytę w Muzeum Mazowieckim. Zawiera program edukacyjny - wykaz lekcji, warsztatów, a także inne propozycje skierowane do dzieci i młodzieży szkolnej					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13n	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Promocja działalności Muzeum Mazowieckiego poprzez kwartalnik Biuletyn Muzealny	Wydawnictwo: Biuletyn Muzealny - 4 numery rozsyłany do mediów, instytucji muzealnych, kulturalnych, edukacyjnych na terenie całego kraju	promocyjny, informacyjny	w każdym kwartale 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Biuletyn Muzealny do kwartalnik wydawany od 2005 roku. Jest swoistą kroniką działalności muzeum. Trafia do instytucji kulturalnych, oświatowych, urzędów, współpracujących z muzeum jednostek					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13o	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Upowszechnianie zagadnień historycznych, archeologicznych, etnograficznych Mazowsza poprzez półrocznik Nasze Korzenie	Wydawnictwo: 2 numery pisma Nasze Korzenie sprzedawanego w księgarniach i sklepie muzealnym; zorganizowanie spotkania promującego wydanie każdego numeru dla zaproszonych gości (druk zaproszenia);informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, edukacyjny	styczeń i lipiec 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Nasze Korzenie to nowy półrocznik będący pismem popularnonaukowym prezentującym zagadnienia etnograficzne, etnologiczne, archeologiczne, historyczne itp..związane z terenem Mazowsza					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13p	Muzeum Mazowieckie w Płocku	SESJA - Drzwi Płockie	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	edukacyjny	11 października 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Sesja popularnonaukowa poświęcona zagadnieniu jednego z największych zabytków Płocka - romańskim Drzwiom Płockim					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13q	Muzeum Mazowieckie w Płocku	5 ODCZYTÓW dot. sztuki, historii, archeologii	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	edukacyjny	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Odczyty okazjonalne					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.13r	Muzeum Mazowieckie w Płocku	4 SPOTKANIA z cyklu Konfrontacje historyczne	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	edukacyjny, inspirowanie do pogłębiania wiedzy historycznej	cały 2012 r. (I - 27.02.2012 r.; II - 19.04.2012 r.)
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konfrontacje historyczne to stały cykl spotkań z pasjonatami historii, którego gośćmi są historycy, naukowcy wygłaszający odczyt, po którym następuje dyskusja tematyczna					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13s	Muzeum Mazowieckie w Płocku	6 KONCERTÓW muzyki poważnej i rozrywkowej	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, rozwijanie kultury muzycznej	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Koncerty okazjonalne					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13ś	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Portrety – WYDARZENIE INTERDYSCYPLINARNE (wystawa, konkurs, koncerty, spotkania)	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenia, plakaty do każdego ze zdarzeń, informator do wystawy; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, edukacyjny, poszerzanie wiedzy o twórczości poszczególnych artystów	październik - listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Doroczny cykl interdyscyplinarny prezentujący od 6 lat sylwetki znanych artystów, najczęściej malarzy. Projekt obejmuje wystawę, ogólnopolski konkurs fotograficzny, odczyty, koncerty bądź spotkania edukacyjne.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13t	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Spotkanie z kulturą etniczną - Tajlandia lub Konfrontacje antropologiczne. Sztuka ludowa	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, edukacyjny, pogłębienie stanu wiedzy nt. kultury i życia w Tajlandii lub promowanie tematyki etnologiczno-antrpologicznej	wrzesień-październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt organizowany od kilku lat, poświęcony zagadnieniom etnologicznym.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13u	Muzeum Mazowieckie w Płocku	3 SPOTKANIA z cyklu Środy literackie	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, promowanie twórczości literackiej	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Środy Literackie to spotkania z poetami organizowane wspólnie ze Związkiem Literatów Polskich Oddział w Płocku					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.13w	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Noc w Muzeum	Wydawnictwo promocyjne: plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowym, promocyjny	19 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Impreza organizowana w nawiązaniu do ogólnopolskiej akcji, dająca możliwość m.in. zwiedzania ekspozycji muzealnych w godzinach nocnych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13x	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Jarmark Tumski – Impreza plenerowa (współorganizacja)	Wydawnictwa promocyjne: plakaty, zaproszenia, ulotki; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, promowanie ruchu kolekcjonerskiego, inspirowanie zainteresowań kulturą, historią i sztuką	27 - 29 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza plenerowa, rozrywkowa, kolekcjonerska organizowana wspólnie ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Muzeum Mazowieckiego w Płocku.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13y	Muzeum Mazowieckie w Płocku	VII Piknik Archeologiczny – Impreza plenerowa	Wydawnictwa promocyjne: plakaty, ulotki; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, promowanie tematyki i wiedzy archeologicznej	2 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Plenerowa impreza popularyzująca archeologię poprzez koncerty, pokazy, prezentacje - bogaty program kulturalny.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.13z	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Kiermasz bożonarodzeniowy	Wydawnictwo promocyjne: plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	X	2 grudnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Doroczny kiermasz rękodzieła związanego zokresem świąt Bożego Narodzenia.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13ż	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Uroczystość wręczenia nagród im. Wł. Hasióra	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	upowszechnieniowy, promowanie twórczości nieprofesjonalnej i działalności społecznej w zakresie kultury i sztuki	listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Doroczna uroczystość wręczenia nagród działaczom i artystom propagującym i uprawiającym twórczość nieprofesjonalną .					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.13ż	Muzeum Mazowieckie w Płocku	3 spotkania z cyklu Zasłużeni dla kultury Mazowsza	Wydawnictwa promocyjne: zaproszenie, plakat; informacje do mediów (prasa radio telewizja), informacje na strony i portale internetowe, zapowiedź i relacja na stronie internetowej muzeum	X	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Prezentacja sylwetek ludzi związanych z kulturą Mazowsza.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.14) Muzeum Niepodległości w Warszawie</b>					
8.14a	Muzeum Niepodległości w Warszawie	<p>Uroczyste otwarcie ekspozycji czasowych zaplanowanych na rok 2012:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) „Pamięć o wojnie”</li> <li>2) Architektura Polski Niepodległej”</li> <li>3) „Grafika Iwowska – miasto i ludzie”</li> <li>4) „Mieczysław Paszkiewicz”</li> <li>5) „Galeria autoportretu współczesnego”</li> <li>6) „Wojna 1812 r.”</li> <li>7) „Gustaw Hadyna – w 65. rocznicę urodzin”</li> <li>8) „Kolekcja Leopolis w zbiorach Muzeum Niepodległości”</li> <li>9) „Kultura studencka 1956-1989”</li> <li>10) „Grypsy Jerzego H. Szczęśniewskiego, więźnia Pawiaka i KL Lublin”</li> <li>11) „Marian Kratochwil – grafiki Iwowskie”</li> <li>12) „Kierunek Wierszyna – SYBIRACY”</li> </ol>	<p>plakaty informacyjne</p> <p>- informacja o planowanej wystawie ujęta w programie miesięcznym Muzeum</p> <p>(programy miesięczne zawierają wszystkie wyszczególnione w tabeli działania, dlatego pojawiają się wielokrotnie, a finansowo zostały uwzględnione w tym punkcie)</p> <p>- zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do osób i instytucji</p> <p>- zaproszenia personalizowane wysyłane pocztą tradycyjną, skierowane do ok. 500-600</p> <p>- strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów wystaw</p> <p>- zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</p> <p>- relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</p> <p>- materiały promocyjne zamieszczone w prasie</p>	<p>Rozpowszechnienie informacji o działaniach Muzeum Niepodległości, dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców, propagowanie treści niepodległościowych</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 26 stycznia 2012 r.</li> <li>2) 11 maja 2012 r.</li> <li>3) 18 grudnia 2012 r.</li> <li>4) lipiec 2012 r.</li> <li>5) 15 marca 2012 r.</li> <li>6) 15 czerwca 2012 r.</li> <li>7) 5 czerwca 2012 r.</li> <li>8) 7 listopada 2012 r.</li> <li>9) 16 kwietnia 2012 r.</li> <li>10) maj 2012 r.</li> <li>11) maj 2012 r.</li> <li>12) wrzesień 2012 r.</li> </ol>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Przygotowywanie i prezentowanie wystaw jest jednym z zadań placówki muzealnej. Zaplanowane na rok 2012 ekspozycje tematyczne są formą realizacji misji Muzeum Niepodległości. Uroczyste otwarcia wystaw są okazją do zaprezentowania zbiorów muzealnych (własnych i pochodzących z innych placówek), stwarzają też okazję do wymiany poglądów i ciekawych spotkań z udziałem zaproszonych gości. Otwarciom wystaw towarzyszą prelekcje twórców oraz znawców tematyki. Elementem uzupełniającym są programy artystyczne.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.14b	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Imprezy towarzyszące wystawom stałym i w/w ekspozycjom czasowym	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne</li> <li>- informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum</li> <li>- zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do osób i instytucji</li> <li>- zaproszenia personalizowane wysyłane pocztą tradycyjną, skierowane do ok. 500-600</li> <li>- strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów</li> <li>- zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li> <li>- relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li> <li>- materiały promocyjne zamieszczone w prasie</li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o działaniach towarzyszących wystawom w Muzeum Niepodległości. Dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców z propozycjami spotkań tematycznych	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Każdej wystawie czasowej towarzyszy cykl spotkań (wykłady, prelekcje, warsztaty itp.) mających na celu przybliżenie odbiorcom różnych aspektów prezentowanych na wystawach zagadnień. Jest to okazja do dotarcia do zróżnicowanych grup, przekazania im ciekawych informacji oraz zainteresowania wieloma aspektami pracy Muzeum Niepodległości. Spotkania odbywają się w środy oraz soboty (1 raz w miesiącu). Do współpracy zapraszani są znawcy tematyki spośród pracowników naukowych, z grona twórców kultury, hobbystów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.14c	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Spotkania cykliczne, np.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• „W salonie u Radziwiłłów”</li> <li>• „KLIOTEKA Salon Książki Historycznej”</li> <li>• „Spotkania Krzemienieckie”</li> <li>• „Filmowe Konfrontacje Historyczne”</li> <li>• „Poezja z niepodległością w tle”</li> <li>• Promocje książek (własnych oraz zaproszonych do współpracy wydawnictw)</li> <li>• „Przez tundrę, tajgę i stepy”</li> <li>• „Rodzinna Niedziela w Muzeum Niepodległości”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>plakaty informacyjne</li> <li>- informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum</li> <li>- zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną</li> <li>- zaproszenia personalizowane wysyłane pocztą tradycyjną, skierowane do ok. 500-600</li> <li>- strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów</li> <li>- zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li> <li>- relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li> </ul>	Wzbogacenie oferty muzealnej. Stworzenie kręgów osób zainteresowanych konkretną tematyką oraz formą. Dotarcie do nowych odbiorców	cały 2012 r. (wg. planów miesięcznych)
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wpisane do programu działań muzealnych konkretne spotkania skupiają określone grupy odbiorców, są okazją do kontaktów z wybitnymi znawcami określonych tematów, aktywizują osoby związane z Muzeum poprzez ich udział w dyskusjach towarzyszących spotkaniom. Spotkania z wybitnymi osobowościami świata nauki czy sztuki podnoszą rangę instytucji					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.14d	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja zajęć w ramach Ferii i Wakacji w MN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne</li> <li>- zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do instytucji oświatowych</li> <li>- zaproszenia spersonalizowane wysyłane do określonych grup odbiorców</li> <li>- strona internetowa Muzeum Niepodległości</li> <li>- zamieszczenie informacji w mediach</li> <li>- relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN</li> </ul>	Współdziałal w organizacji zajęć dla dzieci z Warszawy i okolic	luty oraz lipiec/sierpień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Oferta skierowana jest do uczniów różnych typów szkół, w działaniach uczestniczą nauczyciele i uczniowie szkół z terenu Mazowsza. W MN organizowane są zajęcia (prelekcje tematyczne, warsztaty plastyczne) dla dzieci i młodzieży spędzających ferie lub wakacje w mieście.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.14e	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja konkursów o tematyce historycznej z uwzględnieniem aspektów niepodległościowych: <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Kresowe portrety”</li> <li>• Konkurs krasomówczy</li> <li>• „Niepodległa”</li> <li>• „Mazowsze, moja mała Ojczyzna”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne</li> <li>- zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do instytucji oświatowych</li> <li>- strona internetowa Muzeum Niepodległości</li> <li>- zamieszczenie informacji w mediach</li> <li>- relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN</li> </ul>	Wzbogacanie oferty muzealnej o ciekawe inicjatywy edukacyjne	cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Oferta konkursowa skierowana jest do uczniów różnych typów szkół, w działaniach uczestniczą nauczyciele i uczniowie szkół z terenu Mazowsza. W MN organizowane są zajęcia warsztatowe dla uczestników konkursu krasomówczego (współorganizatorem jest Oddział Warszawski Stowarzyszenia Nauczycieli Polonistów) oraz finały wszystkich zmagających konkursowych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.14f	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja imprez wpisanych na stałe do kalendarza muzealnego: 1) Noc Muzeów 2) Europejskie Dni Dziedzictwa na Mazowszu	plakaty informacyjne - informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum - zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną - strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów - zamieszczenie informacji o imprezach w mediach - relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów	Uczestnictwo MN w ogólnopolskich akcjach – prezentowanie swoich zbiorów i oferty programowej	1) 19 maja 2012 r. 2) wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Adresatem imprez ujętych w ramach obchodów Europejskich Dni Dziedzictwa na Mazowszu są osoby zainteresowane pewnymi aspektami działań muzealnych, stąd potrzeba dotarcia do nieco innego kręgu odbiorców. Szczególne znaczenie ma cały wachlarz imprez organizowanych w ramach Nocy Muzeów (prelekcje, koncerty, programy artystyczne), skupiają one różnorodnych uczestników i tworzą niepowtarzalny klimat.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.14g	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja imprez wynikających ze specyfiki MN: 1) Dni Pamięci Więzienia Pawiak 2) Dni Niepodległości 3) Konferencje tematyczne	plakaty informacyjne - informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum - zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną - zaproszenia personalizowane wysyłane pocztą tradycyjną, skierowane do ok. 500-600 - strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów - zamieszczenie informacji o imprezach w mediach - relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów	Organizacja imprez wyróżniających Muzeum Niepodległości na tle innych placówek	1) wrzesień 2012 r. 2) listopad 2012 r. 3) daty rocznic historycznych
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W/w imprezy pozwalają ukazać specyfikę naszej placówki muzealnej (w tym też oddziałów). Mają charakter działań o szerszym zakresie, z udziałem środowisk niepodległościowych oraz grupy więźniów Pawiaka. Uroczystości mają głęboki charakter patriotyczne, kształtują postawy obywatelskie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.14h	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Udział w imprezach organizowanych we współpracy z partnerami, np. 1) Bieg Niepodległości 2) Udział w konferencjach metodycznych dla nauczycieli, w spotkaniach dla słuchaczy uniwersytetów trzeciego wieku itp.	wspólne materiały promocyjne (folder, ulotki) - informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum - zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną - strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów - zamieszczenie informacji o imprezach w mediach - relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów - ekspozycja logo MN i informacji na roll-upach	Współpraca przy organizacji imprez	1) listopad 2012 r. 2) cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Współpraca taka wyzwala interesujące pomysły, wzbogaca ofertę każdego partnera, pozwala dotrzeć szerzej do odbiorców, ukazując jednocześnie różnorodny potencjał partnerów (np. Dom Spotkań a Historią, inne placówki muzealne, domy kultury, wydawnictwa itp.)					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.15) Muzeum Regionalne w Siedlcach</b>					
8.15a	Muzeum Regionalne w Siedlcach	Galeria sztuki polskiej ze zbiorów własnych „Malarstwo i grafika Kazimierza Szwainowskiego w 10. rocznicę śmierci artysty”	<p><u>Przed wystawą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacje o wystawie w mediach regionalnych („TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, portal regionalny „Podlasie24.pl).</li> </ul> <p><u>W trakcie wystawy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lekcja muzealna dla dzieci i młodzieży „Plastyka bez tajemnic – drzeworyt” przeprowadzana na ekspozycji z wykorzystaniem prezentowanej na wystawie mini-pracowni wypukłodruku,</li> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- materiał fotograficzny,</li> <li>- nagranie materiału o wystawie przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- Informacja o wystawie w lokalnej prasie i telewizji,</li> <li>- informacje o wystawie wysyłane do szkół.</li> </ul>	Popularyzacja zbiorów własnych muzeum. Zaprezentowanie twórczości graficznej i malarskiej oraz przypomnienie sylwetki artysty, który wiele lat mieszkał i tworzył w Siedlcach	25 stycznia 2012 r. – 17 czerwca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Na wystawie zaprezentowany jest warsztat graficzny – matryce graficzne oraz materiały, narzędzia i prasa. Wystawa pokazuje szeroki wachlarz tematów jakie podejmował artysta w swojej twórczości. Prezentowane są pejzaże, zabytkowa architektura, portrety, martwe natury, motywy ludowe, sceny rodzajowe i wybrany zestaw ilustracji do utworów literackich a także karty pocztowe i karnety. Pokazy kolekcji prac Kazimierza Szwainowskiego to kolejna okazja by przypomnieć życie i twórczość artysty, który podarował do zbiorów siedleckiego muzeum twórczy dorobek swojego życia. Pokaz prac Kazimierza Szwainowskiego, na którym znalazło się łącznie 130 kompozycji, jest bogatym materiałem do wykorzystania podczas lekcji muzealnej „Plastyka bez tajemnic – drzeworyt”, znajdującej się w naszej ofercie.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15b	Muzeum Regionalne w Siedlcach	Dąbrowa – zespół dworsko-parkowy w fotografii Sławomira Kordaczuka	<p><u>Przed wystawą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 400 osób ,</li> <li>- Informacje o przygotowywanej wystawie i autorze w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”, „Podlasie24.pl”).</li> </ul> <p><u>W trakcie wystawy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacje o wystawie w prasie lokalnej.</li> </ul> <p>Po ekspozycji wystawy w muzeum:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wystawa będzie przewieziona do Dąbrowy i prezentowana w jednym z pomieszczeń wyremontowanego dworu.</li> </ul>	Popularyzacja dworu w Dąbrowie i prezentacja etapów tworzenia nowego oddziału muzeum – Muzeum zabytkowych wnętrz ziemiańskich	15 czerwca 2012 r. – 2 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa fotografii wykonanych aparatami cyfrowymi w technice kolorowej. Tematem wystawy będzie Dąbrowa – zespół dworsko-parkowy. Zamierzeniem autora wystawy jest zaprezentowanie historii zespołu (dwór, oficyna, park), etapów odbudowy i tworzenia nowego oddziału muzeum – Muzeum zabytkowych wnętrz ziemiańskich. Na ekspozycji autor pokaże około osiemdziesięciu fotografii. Będą one ilustrowały stan zespołu dworskiego przed remontem i w trakcie jego odbudowy. Wystawa będzie towarzyszyć sesji naukowej pt. „Dwór podlaski – tradycja, tożsamość, przyszłość”					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15c	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Dał nam przykład Bonaparte ... Polskie dążenia do niepodległości w okresie napoleońskim”	<p><u>Przed wystawą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o wystawie umieszczone na terenie miasta Siedlce</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób.</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”).</li> </ul> <p><u>W trakcie wystawy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wykład historyczny na temat Księstwa Warszawskiego</li> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- nagranie materiału o wystawie przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- Informacja o wystawie w lokalnej prasie i telewizji,</li> <li>- materiał fotograficzny z wystawy,</li> <li>- informacje o wystawie wysyłane do szkół.</li> </ul>	Zapoznanie zwiedzających z historią walk o niepodległość po rozbiorach Polski i z okresem Księstwa Warszawskiego	11 listopada 2012 r. – 15 stycznia 2013 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa skierowana do wszystkich grup wiekowych. Na wystawie będzie prezentowana ikonografia, broń, umundurowanie, pamiątki i wyroby rzemieślnicze dotyczące najważniejszych wydarzeń i postaci okresu Legionów i Księstwa Warszawskiego. Zbiory zebrane na wystawie będą pochodziły z licznych muzeów polskich, m.in. Muzeum Niepodległości w Warszawie, Muzeum Wojska w Białymstoku oraz Muzeum Romantyzmu w Opinogórze					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15d	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Cisza pamięci” malarstwo Grupy „Ławeczka”	<p><u>Przed wystawą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wizyta grupy artystów „Ławeczka” (listopad 2011 r.). Byli to: Tomasz Nowak, Aleksandra Rykała, Marcin Sutryk, Maciej Tołwiński,</li> <li>-Zaproszenia personalizowane skierowane do przedstawicieli władz regionalnych, szkół, stowarzyszeń oraz uczelni wyższych,</li> <li>-Zaproszenia przesłane do prasy regionalnej: „Wieści Sokołowskie”, „Gazeta Sokołowska”, „Echo Katolickie”, „Tygodnik Siedlecki”, „Życie Siedleckie”,</li> <li>-Zaproszenie zamieszczone na stronie internetowej: <a href="http://www.treblinka-muzeum.eu">www.treblinka-muzeum.eu</a>,</li> <li>- Rozmieszczenie plakatów w instytucjach ,</li> </ul> <p><u>W trakcie wystawy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami o wystawie na stronie: <a href="http://www.treblinka-muzeum.eu">www.treblinka-muzeum.eu</a>,</li> <li>- Informator do wystawy,</li> <li>- Informacja o wystawie w lokalnej prasie,</li> <li>- Materiał fotograficzny z wystawy,</li> <li>- Promocja wystawy wśród osób przyjeżdżających do Muzeum</li> </ul>	Zachowanie pamięci o tragicznych losów ludzi, którzy przebywali w obozie pracy Treblinka I i obozie zagłady Treblinka II	18 marca 2012 r. – 6 maja 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Pamięć o Zagładzie narodu żydowskiego należy kultywować na różne sposoby. Jednym z nich jest sztuka. To bardzo trudny temat, tak w przekazie, jak i odbiorze; i o ile historycy poszukują dokumentów, zdjęć, relacji i systematyzują zdobytą wiedzę, artyści poruszają się w sferze kolorów i odczuć. A powstałe obiekty nie mogą być banalne, lecz powinny nas przybliżyć do rozumienia tego, co wydarzyło się w Treblince w czasie II wojny światowej. Grono osób z życiowym i artystycznym doświadczeniem podjęło takie wyzwanie. Grupa „Ławeczka” jest to grupa czwórki malarzy, których połączyła „malarska pasja, przyjaźń, potrzeba indywidualnej i wzajemnej konfrontacji. Zderzają się w nich różne punkty, sposoby widzenia świata i rozumienia sztuki odzwierciedlające jej wewnętrzną przestrzeń i wielowymiarowość

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15e	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Reduta Żeromskiego” wystawa autorstwa Barbary Wachowicz	<p><u>Przed wystawą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informatory o wystawie przygotowane dla szkół,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 500 osób,</li> <li>- Informacje o wystawie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”),</li> <li>- wywiady z autorką wystawy w mediach lokalnych,</li> <li>- spotkanie z młodzieżą szkół średnich i harcerzy w celu wybrania przez autorkę osób do udziału w spektaklu otwierającym wystawę.</li> </ul> <p><u>W trakcie wystawy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Widowisko przygotowane i prowadzone przez autorkę wystawy z udziałem młodzieży siedleckich szkół i harcerzy,</li> <li>- promocja książek Barbary Wachowicz i dedykacje autorki,</li> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- nagranie materiału o wystawie przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- Informacja o wystawie w lokalnej prasie i telewizji,</li> <li>- materiał fotograficzny z wystawy,</li> <li>- informacje o wystawie wysyłane do szkół</li> </ul>	Przybliżenie życia i twórczości jednego z wielkich Polaków Stefana Żeromskiego oraz podkreślenie jego związków z regionem	14 września 2012 r. – 15 stycznia 2013 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Wystawa ikonograficzna ukazująca życie i twórczość autora „Przedwiośnia”. Na ekspozycji znajdują się najwybitniejsze zdjęcia i portrety Stefana Żeromskiego, od ucznia kieleckiego gimnazjum po kres życia. Prezentowane będą zdjęcia ludzi mu bliskich, rodziny, przyjaciół – pierwowzorów postaci i bohaterów młodości takich jak: Kościuszko, Mickiewicz, Chopin, Sienkiewicz, Prus. Na wystawie znajdują się pejzaże utrwalone w twórczości Żeromskiego od „najściślejszej Ojczyzny” w Górach Świętokrzyskich po wybrzeże morskie, a także pejzaże i znaki pamięci z Włoch i Szwajcarii. Pokazane będą unikatowe wydania, rękopisy, ilustracje do utworów. Komentarzem do ikonografii są cytaty z listów, Dzienników, utworów pisarza. Wystawę wzbogacają bezcenne edycje ze zbiorów Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie, którego wystawa jest własnością. Wystawę otworzy uroczysty wernisaż – widowisko o Stefanie Żeromskim przygotowane przez Barbarę Wachowicz z udziałem młodzieży siedleckich szkół i harcerzy. Wystawy i widowiska autorstwa Barbary Wachowicz cieszą się dużym zainteresowaniem, zawierają obszerne wątki edukacyjne i są cennym wzbogaceniem programów szkolnych

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15f	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„XXII Tradycje Wielkanocne”	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o imprezie umieszczone na terenie miasta Siedlce,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do uczestników konkursu,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 50 osób,</li> <li>- Materiały reklamowe (ulotki z informacjami o imprezie),</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”).</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kiermasz wielkanocny,</li> <li>- prezentacja tradycji wielkanocnych w wykonaniu 3 zespołów ludowych</li> </ul> <p>z Karcz gm. Zbuczyn, z Młynek gm. Wodnie oraz z Lalin gm. Borowie,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- koncert kapeli „Radomka” w wykonaniu Marcina Drabika i Małgorzaty Makowskiej,</li> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedzi uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- wręczenie nagród i upominków,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy na stronie internetowej TVSiedlce i w prasie lokalnej.</li> </ul>	Przypomnienie zamierającej kultury i obrzędów ludowych na wschodnim Mazowszu i południowym Podlasiu	31 marca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>„Tradycje wielkanocne” to organizowane od 1990 r., doroczne prezentacje: wspomnień i opowieści, pieśni, zdobnictwa ludowego i potraw świątecznych jadanych do połowy XX wieku. Do najcenniejszych poznawczo momentów tych prezentacji należą unikalne współcześnie, pieśni wielkopostne i pasyjne o chorałowej konstrukcji melodii, staropolskiej składni i słownictwie, a także zanikające wielkanocne pieśni kołędnicze zwane „dyngusami” lub „racyjkami”. Konkurs ma na celu przypomnienie i dokumentację zwyczajów i obrzędów ludowych z okresu Wielkanocy, zachowanych lub pamiętanych we wsiach Mazowsza i Podlasia. Zachęca to wiejskie zespoły do poszukiwań repertuarowych wśród ludowych tradycji lokalnych i utrwala poczucie przynależności religijnej. Impreza rozpoczyna się o godz. 10.00</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15g	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Muzy u Jacka” – Noc Muzeów 2012	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób,</li> <li>- Materiały reklamowe (ulotki z informacjami o imprezie),</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”).</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedzi uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- wernisaż wystawy malarstwa Barbary Rękawek ,</li> <li>- koncert akordeonowy,</li> <li>- pokazy multimedialne na temat :„Małgorzata Łada-Maciągowa (1881-1969). Nieznana projektantka witraży” oraz „Podróż do Azji. Slajdy Krzysztofa Miducha”,</li> <li>- wieczór poezji frywolnej,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a> ,</li> <li>- Informacje o imprezie w TVSiedlce i prasie lokalnej</li> </ul>	Włączenie się do ogólnoeuropejskiej akcji oraz popularyzacja działań muzeum	19/20 maja 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

W 2009 r. Muzeum Regionalne w Siedlcach włączyło się w organizowanie ogólnoeuropejskiej akcji „Noc muzeów”. Cieszy się ona coraz większym zainteresowaniem zwiedzających. Program uroczystości zainauguruje wernisaż wystawy malarstwa Barbary Rękawek, następnie zwiedzający wysłuchają koncertu akordeonowego oraz będą mogli zapoznać się z dwiema prezentacjami: nieznaną częścią twórczości Małgorzaty Łady-Maciągowej oraz wybrać się w wirtualną podróż po Azji wraz z Krzysztofem Miduchem. Odbędą się również warsztaty na temat fotografia nocą. Na najwytrwalszych uczestników czeka wieczór poezji frywolnej. Przez cały czas trwania imprezy będą udostępnione wszystkie ekspozycje muzealne

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15h	Muzeum Regionalne w Siedlcach	Sesja naukowa „Dwór podlaski – tradycja, tożsamość, przyszłość”	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pisma do mediów lokalnych z prośbą objęcia patronatem medialnym sesji,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 400 osób ,</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”, „Podlasie24.pl”),</li> <li>- przygotowanie materiałów reklamowych w postaci stempla pamiątkowego.</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wycieczka szlakiem istniejących dworów powiatu siedleckiego i łosickiego,</li> <li>- otwarcie wystawy „Dąbrowa – zespół dworsko-parkowy w fotografii Sławomira Kordaczuka”,</li> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników sesji przez dziennikarzy mediów lokalnych,</li> <li>- materiał fotograficzny z sesji.</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy w prasie lokalnej,</li> <li>- Publikacje prasowe</li> </ul>	Upowszechnienie i popularyzacja wiedzy na temat szlachty, jej tradycji, tożsamości i przyszłości oraz jej wkład w kulturę i historię Polski	15-16 czerwca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Muzeum Regionalne w Siedlcach od 2004 roku, cyklicznie co 2 lata, organizuje sesje naukowe poświęcone problematyce szlachecko-ziemiańskiej. Dotychczas odbyły się cztery tego typu sesje. Pierwsza z nich nosiła tytuł					
<b>OCENA *</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15i	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Dni Niepodległej” uroczystości z okazji 94. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pismo do Marszałka Woj. Mazowieckiego w sprawie patronatu honorowego nad imprezą,</li> <li>- Plakaty informacyjne o imprezie umieszczone na terenie miasta Siedlce</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób (władze wojewódzkie, powiatowe, miejskie i gminne, kombatancki, kolekcjonerzy, media, działacze kultury i inni mieszkańcy miasta i regionu).</li> <li>- Materiały reklamowe (pocztówki, stempel i ulotki okolicznościowe oraz śpiewniki z pieśniami patriotycznymi)</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”).</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedzi uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- Rozstrzygnięcie konkursu plastycznego „Cudowne miejsce w mojej Ojczyźnie” wraz z nagrodami,</li> <li>- Dyplomy dla uczestników i sponsorów imprezy,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy na stronie internetowej TVSiedlce i prasie lokalnej</li> </ul>	Rozbudzenie patriotyzmu , pielęgnowanie tradycji narodowej i regionalnej	10,11 i 12 listopada 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Wzorem lat ubiegłych Muzeum Regionalne w Siedlcach organizuje trzydniową uroczystość z okazji odzyskania przez Polskę niepodległości. W tym roku uroczystość zorganizujemy już po raz dziewiąty. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców Siedlec przygotowujemy uroczystości z bogatym i różnicowanym programem adresowanym do wszystkich grup wiekowych i odbiorców wielu dziedzin wiedzy i zainteresowań. Atrakcjami tej uroczystości będą m.in.: wernisaże wystaw, pokazy kolekcjonerskie, wieczór poetycki, rozstrzygnięcie konkursu plastycznego „Cudowne miejsce w mojej Ojczyźnie”, pokazy elementów uzbrojenia, pokazy wozów bojowych i elementów oprzyrządowania wojskowego z okresu I i II wojny światowej, pokazy musztry wojskowej, wykład historyczny, oraz grochówka wojskowa

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15j	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Adwentowe granie” XVIII konkurs gry na ligawkach dla wykonawców z południowego Podlasia i wschodniego Mazowsza	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o imprezie umieszczone na terenie miasta Siedlce,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do uczestników konkursu,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób,</li> <li>- Materiały reklamowe (ulotki z informacjami o imprezie),</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”).</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedzi uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- występy teatrów obrzędowych – widowiska,</li> <li>- wręczenie nagród i upominków,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacja o konkursie w TVSiedlce i prasie lokalnej</li> </ul>	Przypomnienie zamierającej kultury i obrzędów ludowych na wschodnim i południowym Mazowszu	8 grudnia 2012 r.

#### OPIS DZIAŁANIA

Muzeum Regionalne w Siedlcach w drugą sobotę grudnia organizuje imprezę folklorystyczną związaną z ludowymi obrzędami. Cieszy się ona dużym zainteresowaniem wśród dzieci i młodzieży. Corocznie w imprezie bierze udział około czterdziestu uczestników w trzech kategoriach wiekowych: dzieci, młodzież i dorośli. W trakcie imprezy występują 2 teatry ludowe z krótkimi widowiskami. Na koniec imprezy przewodniczący jury ogłasza wyniki konkursu i wręczone są nagrody uczestnikom

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.15k	Muzeum Regionalne w Siedlcach	Cykliczne uroczystości religijno-patriotyczne upamiętniające wybuch II wojny światowej oraz uczczenie pamięci więźniów Karnego Obozu Pracy w Treblince	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób (mieszkańcy, politycy i samorządowy),</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych oraz portalach internetowych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”).</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- materiał informacyjny emitowany w „Katolickim Radiu Podlasia”,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.treblinka-muzeum.eu">www.treblinka-muzeum.eu</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy w prasie lokalnej</li> </ul>	Przypomnienie wybuchu II wojny światowej i oddanie hołdu zamordowanym więźniom Karnego Obozu Pracy	1 września 2012 r.

**OPIS DZIAŁANIA**

Wzorem lat ubiegłych Muzeum Walki i Męczeństwa w Treblince – Oddział Muzeum Regionalne w Siedlcach organizuje cykliczną uroczystość już od kilkunastu lat. Podczas tego spotkania gromadzi się około 350 osób w różnym wieku w tym duża liczba młodzieży szkolnej i harcerzy. Obecni są też nieliczni żyjący więźniowie Karnego Obozu Pracy. Uroczystościom przewodniczy ks. bp. Antoni Pacyfik Dyducz

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

**(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki**

**(8.16) Muzeum Romantyzmu w Opinogórze**

8.16a	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	200. rocznica urodzin Zygmunta Krasińskiego. Warszawa – Opinogóra Uczestnicy: 1000 os. z Mazowsza	<p><u>Przed uroczystościami:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- audycje radiowe (KRC Ciechanów, Polskie Radio Lwów) dotyczące roku Z. Krasińskiego na Mazowszu,</li> <li>- plakaty informacyjne z przebiegiem uroczystości zamieszczone w szkołach, bibliotekach, placówkach kultury,</li> <li>- zaproszenia personalizowane skierowane do 300 osób,</li> <li>- zapowiedzi uroczystości w mediach lokalnych,</li> <li>- strona internetowa muzeum – informacje,</li> <li>- baner informujący o wydarzeniach.</li> </ul> <p><u>Po uroczystościach:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie muzeum,</li> <li>- relacje w prasie lokalnej,</li> <li>- fotorelacja</li> </ul>	Rozpowszechnianie informacji o trzecim wieczcu romantycznym	18 - 19 lutego 2012 r. Warszawa - Opinogóra
-------	--------------------------------	--	--	---	--

**OPIS DZIAŁANIA**

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Dwudniowe uroczystości związane z 200. rocznicą urodzin Zygmunta Krasińskiego odbywać się będą w miejscach w kraju i na Mazowszu szczególnie związanych z poetą: w Warszawie i Opinogórze. Będą miały charakter patriotyczny. Po mszach świętych podczas obu dni obchodów pojawiają się przemówienia, programy artystyczne w wykonaniu aktorów Teatru Polskiego w Warszawie, który związany jest z rodziną Krasińskich, oraz w wykonaniu uczniów I Liceum Ogólnokształcącego im. Z. Krasińskiego w Ciechanowie, jedynego liceum którego patronem jest trzeci wieszcz romantyczny. Zaprezentowane zostaną też: znaczek pocztowy upamiętniający wieszca i karta pocztowa, wystawy planszowa „Śladami Krasińskich” i składająca się z dzieł Krasińskiego. Zamysłem uroczystości jest uczenie Zygmunta Krasińskiego i popularyzowanie wiedzy o trzecim wieszczu romantycznym.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.16b	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	<p>Konferencja naukowa „Krasińskiego światy zapomniane” współorganizacja z Uniwersytetem Mikołaja Kopernika w Toruniu i Wydawnictwem Naukowym UMK. Uczestnicy: 500 os. z Polski (cały kraj)</p>	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne umieszczone w gmachach uczelni wyższych, szkół ponadgimnazjalnych, w bibliotekach i placówkach kultury,</li> <li>- informacja w mediach lokalnych i ogólnopolskich,</li> <li>- informatory dotyczące programu sesji,</li> <li>- zaproszenia personalizowane skierowane do 300 osób,</li> <li>- strona internetowa muzeum i współorganizatorów,</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wystawa „Śladami Zygmunta Krasińskiego”</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wydawnictwo przygotowane przez Wydawnictwo Naukowe UMK,</li> <li>- informacje prasowe (prasa lokalna) i audycje radiowe.</li> </ul>	<p>Rozpowszechnianie informacji o Zigmuncie Krasińskim, jego życiu, związkach z krajem i Mazowszem, twórczości, epistolografii</p>	<p>19 - 21 kwietnia 2012 r. Opinogóra</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konferencja ogólnopolska, podczas której wygłoszone zostaną referaty – traktaty naukowe dotyczące Zygmunta Krasińskiego ma za zadanie nie tylko popularyzować osobę poety, ale także promować miejsce szczególnie bliskie sercu Zygmunta Krasińskiego – Opinogórę, jego kraj lat dziecińczych. Przed konferencją zaplanowana jest część artystyczna – koncert muzyki poważnej.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.16c	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Lekcje teatralne Uczestnicy: 300 osób (młodzież szkolna)	Przed lekcją: - plakaty i informatory opisujące działanie skierowane do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, - imienne zaproszenia do nauczycieli współpracujący z muzeum, - audycja radiowa, - informacje na stronie muzeum, - reklamy działania na portalach internetowych i mediach lokalnych. Po lekcji: - informacje (opis i fotorelacja) na stronie muzeum, - wywiady z aktorami biorącymi udział w przedsięwzięciu mające zachęcić do korzystania z warsztatów.	Zachęcenie i pokazanie odbiorcom kultury, szczególnie ludziom młodym, że w muzeum można łączyć wiele gałęzi sztuki, dziedzin.	2 marca 2012 r. 18 października 2012 r. Opinogóra
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Lekcje teatralne – warsztaty organizowane są przez muzeum i teatr tm (dawny Teatr Ochoty), którego kierownikiem jest Tomasz Mędrzak. Aktorzy w sposób niecodzienny, odmienny od schematu lekcji zapoznawani są z lekturami szkolnym, z twórczością wchodzącą w kanon lektur szkolnych. Prezentowane zagadnienia w połączeniu z grą aktorską, piękną polszczyzną, scenografią stają się łatwiejsze do przyswojenia, wydają się ciekawsze. Warsztaty dopełnia rozmowa z aktorami. Spotkania cieszą się dużym zainteresowaniem wśród młodzieży i ich nauczycieli. Lekcje mają zachęcić do korzystania z oferty muzeum przygotowanej dla szkół, ale także do korzystania z kultury szeroko rozumianej, w skład której niewątpliwie wchodzi edukacja muzealna i teatr.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.16d	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Teatralna Niedziela w Muzeum Uczestnicy: 150 osób (mieszkańcy Opinogóry, Ciechanowa i okolic)	Przed spektaklem: - plakaty spektaklu zamieszczone w instytucjach, urzędach, placówkach kultury, szkołach i słupach ogłoszeniowych, - informacje w radio KRC i RDC, - informacje w prasie lokalnej, - ulotki, - strona internetowa muzeum. Po spektaklu: - relacja w mediach, - audycja radiowa (wywiad z aktorami nagrany po spektaklu).	Promocja muzeum i zachęcenie o korzystania z szerokiej oferty kulturalnej jaką proponuje odbiorcom	17 marca 2012 r. wrzesień 2012 r. Opinogóra
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wychodząc naprzeciw potrzebom turystów mieszkających w okolicy Opinogóry i Ciechanowa, bez możliwości korzystania z dóbr jakie niesie teatr i kultura teatralna, we współpracy z teatrami, które prowadzą działalność niestacjonarną w kalendarzu imprez muzeum pojawiła się „niedziela teatralna”, podczas której proponujemy zainteresowanym spektakl. Wystawiany poza teatrem w niczym nie jest gorszy od tego, który można obejrzeć na deskach teatru. Jednocześnie widz ma kontakt z muzeum, przy okazji ogląda wystawy czasowe, które są eksponowane w sali, gdyż w tej scenografii odbywa się spektakl					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.16e	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Noc Muzeów Uczestnicy: 800 os, mieszkańcy Mazowsza	<p>Przed Nocą Muzeów (która jest akcją ogólnoeuropejską, w jednym terminie):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty,</li> <li>- informacja w mediach,</li> <li>- zaproszenia personalizowane do 150 osób,</li> <li>- strona www muzeum,</li> <li>- Podczas Nocy Muzeów:</li> <li>- prezentacja wszystkich obiektów wchodzących w skład Muzeum Romantyzmu poprzez ich bezpłatną dostępność,</li> <li>- wernisaż malarstwa Januarego Suchodolskiego,</li> <li>- festiwal „Nie – Boskich Komedii”</li> <li>- koncert muzyczny,</li> <li>- relacja na żywo, nagrywane audycje,</li> </ul> <p>Po Nocy Muzeów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja wraz z dokumentacją fotograficzną na stronie www muzeum,</li> <li>- relacja w lokalnej prasie,</li> <li>- fotorelacja na lokalnych portalach internetowych.</li> </ul>	Promocja Muzeum, prezentacja obiektów i ekspozycji oraz działań podejmowanych przez Muzeum, prezentacja nowych dokonań na terenie zespołu pałacowo – parkowego, rozpowszechnianie informacji o Zygmuncie Krasińskim.	19 - 20 maja 2012 r. Opinogóra
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Noc Muzeów będąca akcją ogólnopolską, a zarazem ogólnoeuropejską to doskonała promocja Muzeum i okazja do zaprezentowania szerokiemu gronu odbiorców i miłośników kultury nowych dokonań jakie zdarzyły się w muzeum, ekspozycji, tego, co dla muzeum jest ważne, a niewidoczne na co dzień. To okazja, aby poprzez połączenie wielu dziedzin kultury stworzyć zwiedzającym niepowtarzalny, urokliwy klimat. Podczas Nocy Muzeów odbędzie się wernisaż malarstwa Januarego Suchodolskiego – do doskonały czas, aby dotrzeć do szerszego grona odbiorców, niż podczas „zwykłych” wernisaży. Uruchomiona na tę jedną noc zostanie wieżyczka w neogotyckim pałacyku, na co dzień niedostępna, a zatem tylko tym, którzy pokuszą się do odwiedzenia tego dnia muzeum dane będzie podziwiać Opinogórę z góry. Zaprezentowana zostanie sfilmowana i wystawiana na deskach teatrów twórczość Zygmunta Krasińskiego w zaaranżowanej romantycznej sali kinowej. Z wieży zameczku neogotyckiego rozbrzmiewać będzie muzyka, zaś tym którzy zostaną w muzeum dłużej proponujemy wyprawę do gniazda rodu Krasińskich, do Krasnego, a tam czekać będzie zwiedzanie krypt niedostępnych dla zwiedzających i spacer po parku z pochodniami.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.16f	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	500 koncert muzyki i poezji Uczestnicy: 200 osób, z terenu Mazowsza	Przed koncertem: - informacja w mediach lokalnych, - informacja na stronie www muzeum, - plakaty informacyjne. Po koncercie - relacja na stronie www muzeum, - fotorelacja i artykuł w lokalnych mediach.	Rozpowszechnienie informacji o koncertowej działalności muzeum sięgającej lat siedemdziesiątych XX wieku i pozyskanie nowych odbiorców i melomanów	13 maja 2012 r. Opinogóra
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Tradycja koncertów muzyki i poezji pojawiła się w Muzeum Romantyzmu w Opinogórze w 1972 r. Niezmiennie od tego czasu odbywają się w każdą drugą niedzielę miesiąca o godz. 12.00. Wśród zapraszanych gości pojawiali się wybitni muzycy – pianiści, skrzypkowie, klarneści, fleciści, gitarzyści, aktorzy z pierwszych stron gazet, śpiewacy. Koncert zawsze na wysokim poziomie przyciągał do muzeum tłumy. Na przestrzeni lat wychowana została stała widownia, która bez względu na pogodę i czas termin koncertu traktowała jako święto. Koncert 500. zaplanowaliśmy szczególnie rozpropagować, aby do grona stałych bywalców dołączali nowi miłośnicy niedzielnych koncertów.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.16g	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Zabawa u Pana Hrabiego Uczestnicy: 300 os., dzieci z powiatu ciechanowskiego	Przed piknikiem: - plakaty reklamujące wydarzenie, - zapowiedzi w radio, - zapowiedzi w lokalnej prasie, - zapowiedzi na portalach internetowych, - informacje na stronie www muzeum. Po pikniku: - relacja i dokumentacja fotograficzna na stronie www muzeum, - relacje w lokalnej prasie.	Poprzez zabawę próba dotarcia dla najmłodszych odbiorców kultury.	2 czerwca 2012 r. Opinogóra
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zabawa u Pana Hrabiego to piknik organizowany w muzeum dla najmłodszych odbiorców – dzieci. Pragniemy poprzez zabawę, niecodzienne eksponaty i wystawę zorganizowaną dla dzieci i tylko na czas trwania pikniku zachęcić do przyjeżdżania do muzeum całymi rodzinami, tak aby każdy miał możliwość i okazję znaleźć coś dla siebie, by korzystanie z tego co oferuje muzeum nie było tylko szkolnym obowiązkiem.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.16h	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Noc Poetów w ramach Jesieni Poezji współorganizacja z Powiatowym Centrum Kultury i Sztuki oraz Związkiem Literatów na Mazowszu	<p>Przed wydarzeniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- personalizowane zaproszenia do 300 osób,</li> <li>- plakaty umieszczone w placówkach kultury, bibliotekach, szkołach,</li> <li>- zapowiedzi radiowe,</li> <li>- zapowiedzi w lokalnej prasie.</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- w przerwie zwiedzanie zabytkowego zespołu w Muzeum Romantyzmu dla wszystkich przybyłych gości.</li> </ul> <p>Po wydarzeniu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reportaże w lokalnych mediach.</li> </ul>	Doskonała okazja, aby zainspirować środowisko poetów, literatów do korzystania ze spuścizny Zygmunta Krasińskiego.	10 - 11 października 2012 r. Opinogóra
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Noc Poetów stanie się okazją do pokazania krypt grobowych Krasińskich w podziemiach parafialnego kościoła w Opinogórze, gdyż tam właśnie będzie miała miejsce impreza kulturalna, na którą uczestnictwo czynne zgłosili aktorzy Teatru Polskiego w Warszawie. Stanie się to więc wydarzeniem ponadlokalnym, a wieszcz doczeka się należnego hołdu jaki złożą mu literaci, ci, którym najbliższa powinna być jego twórczość.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.17) Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie</b>					
8.17a	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Wystawa "Art Futbol" prezentująca dynamiczne prace fotograficzno - malarskie Piotra Pawińskiego	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja sportu przez sztukę nowoczesną. Wystawa skierowana do wszystkich grup wiekowych	14 maja 2012 r. - 5 sierpnia 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wystawa "Art. Futbol" prezentuje fotograficzno - malarskie impresje Piotra Pawińskiego. W swojej sztuce artysta kładzie nacisk na przedstawienie fenomenu dynamiki ruchu w piłce nożnej. Tematyka wystawy została specjalnie dopasowana do Mistrzostw Europy w piłce nożnej EURO 2012</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.17b	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Wystawa i konkurs plastyczny "Piłka nożna na poważnie i wesoło" prezentująca prace plastyczne dzieci związane ze sportową tematyką Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja sportu wśród dzieci i młodzieży przez wyłonienie zwycięskich prac plastycznych w drodze konkursu.	16 kwietnia 2012 r. - 9 maja 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa i konkurs plastyczny "Piłka nożna na poważnie i wesoło" jest imprezą skierowaną do dzieci i młodzieży. Przygotowane przez młode osoby prace plastyczne zostaną wytypowane w drodze konkursu do pokozania na wystawie w Muzeum Sportu i Turystyki. Wystawa jest organizowana wspólnie z Fundacją "Dziecko i Sztuka" i Miejskim Ośrodkiem Kultury w Pruszkowie					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.17c	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Wystawa "Sto lat Olimpijskich Konkursów Sztuki 1912 - 2012"	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja wiedzy o polskim udziale w Olimpijskich Konkursach Sztuki	27 czerwca 2012 r. Londyn
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa "Sto lat Olimpijskich Konkursów Sztuki 1912 - 2012" prezentuje najwybitniejsze prace polskich artystów, poetów i muzyków biorących udział w Olimpijskich Konkursach Sztuki. Wśród wystawionych prac zaprezentowane będą dokonania takich osób jak Kazimierz Wierzyński, Józef Klukowski czy Zbigniew Turski					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.17d	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Giełdy kolekcjonerów pamiątek sportowych	Strona internetowa Muzeum, wysłanie informacji do mediów	Kwartalne spotkania kolekcjonerów pamiątek sportowych.	8 września 2012 r. i 24 listopada 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Spotkania kolekcjonerów pamiątek sportowych, na których mogą sprzedać lub wymienić między sobą skarby ze swoich kolekcji					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.17e	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Noc Muzeów	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja pełnego spektrum działalności Muzeum Sportu	19 maja 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>W dniu 19 maja Muzeum Sportu i Turystyki po raz kolejny weźmie udział w „Nocy Muzeów” - międzynarodowym wydarzeniu w którym co roku bierze udział kilka tysięcy instytucji kultury z całej Europy. Tegoroczna „Piłkarska Noc” będzie wyjątkowa ze względu na nadchodzące Mistrzostwa Europy w piłce nożnej Euro 2012. Dla sympatyków futbolu przygotowano masę atrakcji w tym pokazy piłkarskie w wykonaniu młodych zawodników. Specjalnie na tę okazję przygotowaliśmy Strefę Kibica w której będzie można między innymi wziąć udział w malowaniu twarzy. W trakcie „Nocy” będzie można również udać się w podróż szlakiem „Opowieści futbolowych” w wykonaniu opowiadaczy historii z grupy „Studnia O”. Akcja opowieści rozpocznie się na stadionie w Strasburgu na legendarnym meczu Polski z Brazylią w 1938 roku (4 gole Wilimowskiego!). Słuchacze przeżyją jeszcze raz najwspanialsze występy polskiej reprezentacji, niezapomniane występy i drogę po medale drużyn Górskiego i Piechniczka. W programie „odegranie” zostanie 7 najwspanialszych bramek w dziejach naszego futbolu wzbogaconych przywołaniem niezapomnianych gestów radości bohaterów stadionów. Ponadto każdy będzie miał okazję uczestniczyć w wielu zagadkach i konkursach. Od 19.00 do 02.00 będą wyświetlane filmy w kinie Muzeum o tematyce piłkarskiej, sportowej i alpinistycznej. Będzie można jeszcze raz przeżyć niezapomniane sytuacje z boisk całego świata i przenieść się w czasy kiedy mistrzem piłki był Kazimierz Deyna a polskiej bramki bronił Jan Tomaszewski</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.17f	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Festiwal Filmów Piłkarskich	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja tematyki piłkarskiej w odniesieniu do aktualnych wydarzeń n.p. EURO 2012	8 marca 2012 r. - 26 kwietnia 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie w dniach 8 marca-26 kwietnia br. organizuje Festiwal Filmów Piłkarskich. Uroczyste otwarcie nastąpiło 8 marca o godz. 17.00. Zgromadzeni goście uczcili minutą ciszy pamięć wybitnych osób związanych z polską piłką nożną Włodzimierza Smolarka, Henryka Bałuszyńskiego oraz Jana Maja. Gościem specjalnym wieczoru był Jerzy Brzęczek, wielokrotny reprezentant Polski a prywatnie wujek Jakuba Błaszczykowskiego. Inaugurację uświetnił pokaz piłkarskiego Freestyle w wykonaniu utalentowanego piłkarza Znicza Pruszków Daniela Kraski. Po oficjalnym otwarciu uczestnicy udali się do Sali Kinowej na prezentację filmu „Kaziu - Polska Ci Dziękuję”. Zapraszamy na kolejne seanse filmów o tematyce futbolowej do 26 kwietnia br. Program festiwalu: <a href="http://www.muzeumsportu.waw.pl/wystawy-i-wydarzenia/imprezy/323-festiwal-filmow-pilkarskich">http://www.muzeumsportu.waw.pl/wystawy-i-wydarzenia/imprezy/323-festiwal-filmow-pilkarskich</a></p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.17g	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Wystawa "Rosyjska Piłka Nożna na Plakatach i w Dokumentach"	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja historii rosyjskiej piłki nożnej i związków z piłką polską	do 10 kwietnia 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wystawa pochodzi ze zbiorów Centralnego Muzeum Kultury Fizycznej i Sportu w Moskwie. Ta przepiękna wystawa prezentuje kolekcję plakatów oraz dokumentów. Najstarszy plakat piłkarski pochodzi z 1913 roku. W dokumentach znaleźć możemy pierwsze przepisy dotyczące początków rosyjskiego futbolu, programy rozgrywek moskiewskiej ligi piłkarskiej oraz korespondencje klubów z organizatorami rozgrywek różnego stopnia</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.17h	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Wystawa "Piłkarskie Sztuczki Techniczne"	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Przedstawienie w nowatorski sposób zależności między nauką (w szczególności fizyką i chemią) a sportem.	8 czerwca 2012 r. - 31 lipca 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa będzie prezentować różne zagadnienia z dziedzin fizyki, aerodynamiki, chemii i innych, które mają wpływ na grę w piłkę. Jednym z przykładów ciekawych zależności z których istnienia często nie zdajemy sobie sprawy może być chociażby efekt działania siły Bernoulliego na piłkę w zależności od miejsca rozgrywania zawodów (wysokość n.p.m)					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.17i	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Przegląd Filmów Alpinistycznych	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja wiedzy o polskim alpinizmie i himalaiźmie	11 - 13 maja 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Coroczny przegląd filmów alpinistycznych dokumentujący najważniejsze wydarzenia polskiego i światowego alpinizmu. Wśród zaproszonych na prelekcje towarzyszące pokazom filmowym gości będą takie osobistości jak Martyna Wojciechowska, Artur Hajzer i wielu innych					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.17j	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Współorganizacja biura zawodów cyklu maratonów rowerowych "Mazovia - MTB"	Informacja na stronie internetowej Muzeum, informacja u organizatora maratonów, przesłanie informacji do mediów	Podniesienie frekwencji w Muzeum Sportu i Turystyki oraz udział w aktualnych wydarzeniach sportowych	każdy ostatni czwartek i piątek miesiąca do końca 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cykliczna impreza propagująca kolarstwo. Dzięki organizacji biura zawodów w Muzeum Sportu, wszyscy uczestnicy mają możliwość zwiedzenia muzeum w dniu rejestracji na zawody					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.17k	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Jubileusz 60-lecia	Plakaty informacyjne, spersonalizowane zaproszenia do około 400 os., Umieszczenie informacji na stronie internetowej, Zaproszenie przedstawicieli prasy, radia, telewizji i portali internetowych na wernisaż wystawy, stała współpraca z mediami w trakcie realizacji projektu	Popularyzacja wiedzy o działalności Muzeum Sportu i Turystyki	11,12,13 października 2012 r. Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cykl imprez, odczytów i seminariów prezentujących najważniejsze zagadnienia dotyczące historii sportu i muzealnictwa, oraz prezentujące najważniejsze dokonania muzeum na tym polu na przestrzeni ostatnich 60 -lat					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.17l	Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie	Udział w pikniku archiwalnym w PAN	Informacja na stronie internetowej Muzeum, informacja u organizatora (PAN), przesłanie informacji do mediów.	Popularyzacja wiedzy o działalności Muzeum Sportu i Turystyki	2 czerwca 2012 r. Państwowa Akademia Nauk
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza plenerowa popularyzująca wiedzę o Muzeum Sportu dzięki możliwości wystawienia stoiska Muzeum					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.18) Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie</b>					
8.18a	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	XXXI Mazowieckie Zapusty	Nawiązanie współpracy z patronami medialnymi, telewizją, radiem, ogłoszenia w prasie lokalnej i lokalnych portalach internetowych, w radiu KRC i RDC, druk plakatów i zaproszeń, objęcie honorowym patronatem przez Marszałka Województwa Mazowieckiego	Rozpowszechnianie informacji o tradycji Mazowieckich Zapustów.  Promocja placówki a także regionu.	styczeń/luty 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Zasadniczym celem przeglądów organizowanych od 1981 roku przez Muzeum Szlachty Mazowieckiej jest animacja środowisk wiejskich i tworzenie pomostu kulturowego między tradycją, z jej symbolami i system wartości, a współczesną kulturą wiejską. Chodzi więc o podtrzymanie żywego źródła aktywności kulturowej lokalnych społeczności wioskowych. W ramach przeglądu przebierańców zapustnych, który co roku odbywa się w innej miejscowości na Mazowszu organizowany jest korowód i właściwy przegląd. Na zakończenie odbywa się wręczenie równorzędnych nagród</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.18b	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Noc Muzeów	Współpraca z patronami medialnymi zarówno lokalnymi, jak i o zasięgu ogólnopolskim, druk plakatów, ulotek informacyjnych, przygotowanie i zakup banerów, ogłoszenia w prasie, w radio, w telewizji internetowej, informacja na stronie internetowej muzeum, lokalnych portalach internetowych i portalach społecznościowych, roznoszenie ulotek w strojach szlacheckich	Muzeum poprzez bezpłatne udostępnienie zwiedzającym wszystkich ekspozycji muzealnych i dodatkowych atrakcji zachęca do korzystania z oferty przygotowanej przez muzeum przez cały rok, jak również promuje samą placówkę. Integracja różnych środowisk, które włączają się w pomoc przy organizacji Noc Muzeów	kwiecień/maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Impreza ma charakter ogólnoeuropejski i z roku na rok przybywa państw i miast pragnących ją zorganizować także u siebie. Celem imprezy jest szeroko rozumiana promocja instytucji w niej uczestniczących. Wszystkie ekspozycje muzealne udostępniane są bezpłatnie. Poza tym muzeum przygotowuje dodatkowe atrakcje m.in. – koncerty, przedstawienia teatralne, filmy, warsztaty, itp. Na zakończenie odbywa się pokaz teatru ognia</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.18c	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Kwiaty Ogrodów	Współpraca z lokalnymi mediami: radio, telewizji internetowej, druk plakatów, zaproszeń, nawiązanie współpracy z wystawcami i z zespołem z Żytomierza	Promowanie Muzeum i oddziału w Gołotczyźnie a także Województwa Mazowieckiego poprzez zamieszczenie logo na wszystkich materiałach promocyjnych	kwiecień/maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Imprezie towarzyszą koncerty zespołów folklorystycznych oraz kiermasze wyrobów rzemiosła i twórczości ludowej, która odbywa się jak zwykle w oddziale Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Gołotczyźnie na terenie parku przydworskiego. Celem imprezy jest zarówno promowanie stałych ekspozycji w Dworze im. Aleksandry Bąkowskiej i Krzewni -A. Świętochowskiego, jak też wykorzystanie architektury tych obiektów wraz z malowniczym parkiem i wkomponowanymi w tę przestrzeń zabytkową stoiskami kwiatowymi, malarstwem, rzeźbą i plastyką. Wystawa połączona ze sprzedażą: kwiatów i krzewów ozdobnych, rzeźb i obrazów o tematyce florystycznej, plastyki obrzędowej, wyrobów pszczelarskich, wyrobów z surowców naturalnych o przeznaczeniu ogrodowym. Na zakończenie przewidziano koncert Filharmoników z Żytomierza</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.18d	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Rewitalizacja Zamku Książąt Mazowieckich w Ciechanowie	1) Przygotowanie materiałów promocyjnych finansowane w ramach projektu „Rewitalizacja Zamku Książąt Mazowieckich etap I” programu Regionalnego Narodowa Strategia Spójności ( foldery, filizanki, torby papierowe, długopisy, torby bawełniane, zegary, Zamieszczenie logo Muzeum, logo Mazowsze serce Polski na wszystkich materiałach promocyjnych. 2) Przygotowanie ze środków własnych strony internetowej Zamku 3) Bieżąca promocja zamku	Celem działania jest promocja rewitalizowanego zamku a tym samym muzeum , Mazowsza i dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców, turystów	1) styczeń 2012 r. 2) I połowa 2012 r. 3) cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Materiały promocyjne ( gadzety) związane z rewitalizacją zamku zostaną wykorzystane podczas otwarcia Zamku Książąt Mazowieckich przewidzianego na miesiąc czerwiec i innych imprezach towarzyszących, bieżąca promocja obiektu</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.18e	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Majowe Muzykowanie	Współpraca z mediami, druk plakatów, ulotek informacyjnych, ogłoszenia w prasie, radio, na stronach internetowych zarówno muzeum, jak i współpracującymi portalami	Rozpowszechnienie informacji o tradycji muzycznej regionu Mazowsza	kwiecień, maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cele i zadania imprezy: animacja i integracja środowisk lokalnych (wiejskich i małomiasteczkowych, ochrona tradycji muzycznych regionu, promocja folkloru mazowieckiego, edukacja dzieci i młodzieży w zakresie dziedzictwa muzycznego Mazowsza					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.18f	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Udział Muzeum Szlachty Mazowieckiej w projekcie „Piękno odnalezione”	Udostępnienie informacji o placówce a także zdjęć do promocji muzeum, na którą składa się portal internetowy poświęcony obiektom biorącym udział w projekcie <a href="http://www.castlesandpalaces.com.pl">www.castlesandpalaces.com.pl</a> , udział w wystawie „Pękno odnalezione. Polskie dziedzictwo kulturowe. Zamki, pałace, dwory i inne obiekty przywrócone do dawnej świetności” w czasie trwania Euro 2012, informacja o naszej instytucji na ulotkach, folderach, płytce	Celem działania jest promocja instytucji i oddziały – Zamku Książąt Mazowieckich w kraju i za granicą, rozpowszechnianie informacji o zrewitalizowanym obiekcie	I i II połowa 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.18g	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Spotkania z historią dawniej Spotkania ze Średniowieczem	Współpraca z mediami o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim – radio, telewizja, druk plakatów i ulotek, ogłoszenia w prasie, na stronie internetowej muzeum, portalach społecznościowych, zakup banerów, współpraca ze szkołami	Cel działania to promocja Muzeum, oddziału - Zamku Książąt Mazowieckich imprezy plenerowej, która ma charakter ogólnopolski, rozpowszechnianie informacji o wydarzeniach historycznych	sierpień/wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
„Spotkania ze średniowieczem – program widowiskowo - edukacyjny” jest to impreza cykliczna odbywająca się na błoniach zamkowych w Ciechanowie w pierwszą sobotę września każdego roku. Po raz pierwszy odbyły się w 2005 r i spotkały się z wielkim uznaniem. Zamek Książąt Mazowieckich i znajdujące się wokół niego błonia są doskonałym miejscem do realizacji programu widowiskowo-edukacyjnego. Naturalna sceneria obiektu pozwala łatwiej przyswajać wiedzę i wiadomości dotyczące średniowiecza					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.18h	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Zajazd szlachecki	Współpraca z mediami o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim – radio, telewizja, druk plakatów i ulotek, ogłoszenia w prasie, na stronie internetowej muzeum, portalach społecznościowych, zakup banerów, współpraca ze szkołami, wójtem gminy Sońsk	Cel działania to promocja Muzeum, oddziału w Gołotczyźnie, imprezy plenerowej, która ma charakter ogólnopolski	sierpień/wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
„Zajazd szlachecki” – widowisko o charakterze edukacyjnym, impreza plenerowa odbywająca się każdego roku w ostatnią sobotę września na terenie zabytkowego parku i w Dworku Al. Bąkowskiej w Gołotczyźnie . „Zajazd Szlachecki” – to impreza mająca na celu łączenie elementów widowiskowych z programem o walorach edukacyjnych oraz zainteresowanie społeczeństwa wielopokoleniowego (od dziada po wnuka) tożsamością kulturową. Imprezy plenerowe łatwiej przyciągają społeczność lokalną i są dużą atrakcją dla turystów					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.18i	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Bieżąca promocja	Zgodnie ze strategią promocji Muzeum współpraca z lokalnymi mediami, druk ulotek, zaproszeń, współpraca ze szkołami, biurami podróży, z Województwem Mazowieckim, udział w targach turystycznych, imprezach promocyjnych organizowanych przez Urząd Marszałkowski, urząd miasta Ciechanów, informacja	Promocja wydarzeń muzealnych, koncertów, lekcji muzealnych, warsztatów, konkursów, rozpowszechnianie informacji o historii miasta i regionu	cały 2012 r.



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.19) Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu</b>					
8.19a	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	NIEDZIELA PALMOWA W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w Niedzielę Palmową. Zasięg imprezy: regionalny. Uczestnicy – ok. 2000 osób	<b>Przed imprezą:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> </ul> </li> <li>• Newsletter do szkół i instytucji kultury</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego</li> <li>• Emisja plansz reklamowych pasmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <b>W trakcie imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na żywo na antenie RDC – wywiady z twórcami, organizatorami i uczestnikami imprezy</li> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> </ul> <b>Po zakończeniu imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Propagowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów ludowych związanych z tradycją obchodzenia Świąt Wielkiej Nocy na Mazowszu w XIX i XX w.	1 kwietnia 2012r., godz. 10.00 - 18.00, skansen, ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza skierowana do mieszkańców regionu Mazowsza. W ramach obchodów Niedzieli Palmowej w skansenie w kościele z Drażdżewa odprawiona zostanie uroczysta msza św. połączona z poświęceniem palm i procesją. Nastąpi rozstrzygnięcie konkursu „Tradycyjna palma wielkanocna” ogłoszonego w szkołach i instytucjach kultury. W 10 zagrodach chłopskich przełomu XIX i XX w. prezentowana będzie wystawa „Wielkanoc na Mazowszu”, którą wzbogacą pokazy wielkanocne. W salach multimedialnych zaplanowano projekcje prezentacji multimedialnej „Zwyczaje i obrzędy wiosenne na Mazowszu” ilustrujące ekspozycje wielkanocne. Uroczystości Niedzieli Palmowej uświetni koncert i wielkanocny kiermasz wyrobów ludowego rękodzielnictwa.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.19b	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	GRY I ZABAWY WIELKANOCNE Impreza plenerowa organizowana w Poniedziałek Wielkanocny. Zasięg imprezy: regionalny. Uczestnicy – ok. 2000 osób	<b>Przed imprezą:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <b>W trakcie imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> </ul> <b>Po zakończeniu imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propagowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów ludowych związanych ze Świątami Wielkiej Nocy na Mazowszu w XIX i XX w.; pielęgnowanie więzi międzypokoleniowych poprzez wspólny udział w zabawach.</li> </ul>	9 kwietnia 2012r., godz. 10.00 - 18.00, skansen, ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza skierowana do mieszkańców regionu Mazowsza. Prezentuje ludowe gry i zabawy związane z okresem wiosennym, towarzyszące obchodom Świąt Wielkiej Nocy. W ramach imprezy zaplanowano przeprowadzenie kilku ludowych gier i zabaw (w kilku turach w zależności od liczby chętnych) oraz konkurs zręcznościowy z wykorzystaniem drewnianych sikawek dyngusowych. Zabawy zostaną przeprowadzone z udziałem gości, którzy w dniu imprezy odwiedzą skansen. Ponadto w 10 zagrodach chłopskich przełomu XIX i XX w. czynna będzie wystawa „Wielkanoc na Mazowszu”, którą wzbogacą pokazy. W salach multimedialnych zaplanowano projekcje prezentacji multimedialnej „Zwyczaje i obrzędy wiosenne na Mazowszu” wprowadzającej w zagadnienia prezentowane na wystawie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19c	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	NIEDZIELA W SKANSENIE – cykl imprez plenerowych organizowanych w każdą niedzielę i święto od maja do końca września. Zasięg imprezy: ogólnopolski Uczestnicy – ok. 15000 osób	<b>Przed imprezą:</b> • Program imprez na stronie www.mwmskansen.pl • Zapowiedź imprez na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej” • Zapowiedź imprez na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym • Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza) • Emisja planszy reklamowej w paśmie informacyjnym Telewizji	Popularyzowanie życia codziennego i obrzędowości dorocznej wsi mazowieckiej początku XX w. poprzez wystawy prezentowane we wnętrzach izb chłopskich, strój ludowy oraz pokazy zajęć codziennych, rzemiosła i rękodzieła	1 maja 2012 r. - 30 września 2012 r., skansen, ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cykl imprez plenerowych skierowanych do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. W 10 zagrodach chłopskich prezentowana będzie wystawa „Rok polski w tradycyjnych zajęciach codziennych”. Ekspozycje wzbogacą pokazy rzemiosła, rękodzieła ludowego, codziennych zajęć gospodarskich i prac polowych z użyciem autentycznych sprzętów lub ich kopii (tkactwa, prania bielizny, przedzenia wełny na kołowrotku, ubijania masła w kirzance). Przed karczmą zaplanowano koncerty wiejskiej kapeli.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.19d	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	NOC MUZEÓW Impreza plenerowa organizowana w trzecim weekendzie maja. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 2000 osób	<b>Przed imprezą:</b> • Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl • Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej” • Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym • Zapowiedź na portalu Facebook • Artykuły w lokalnej prasie • Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza) • Emisja plansz reklamowych w paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej <b>Po zakończeniu imprezy:</b> • Relacja na stronie www.mwmskansen.pl • Relacja prasie lokalnej • Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)	Włączenie się do międzynarodowej akcji - Europejskiej Nocy Muzeów propagującej dziedzictwo narodowe wśród mieszkańców regionu i kraju.	19/20 maja 2012r., godz. 10.00 - 21.00, skansen, ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Celem akcji jest ukazanie muzeów jako instytucji przyjaznych i atrakcyjnych dla zwiedzających. Impreza skierowana do mieszkańców regionu odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. W ramach imprezy udostępniona zostanie ekspozycja skansenowska, ekspozycje stałe, a także wystawa czasowa w ratuszu.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.19e	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	GOTOWANIE NA POLANIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę maja. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok.2000 osób	<b>Przed imprezą:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <b>W trakcie imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Emisja spotu reklamowego</li> </ul> <b>Po zakończeniu imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Popularyzowanie tradycji kulinarnych Mazowsza, udokumentowanie występowań, popularności i sposobów przyrządzania tradycyjnych potraw mazowieckich, zaangażowanie lokalnych kół gospodyń wiejskich oraz producentów żywności do promowania kuchni regionalnej i produktów lokalnych (m.in.: pieczywo, miody, warzywa, owoce, itp.)	6 maja 2012r., godz. 10.00 - 18.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza skierowana do miłośników kuchni regionalnej i produktów tradycyjnych. Ma charakter biesiady. Głównym punktem imprezy będzie konkurs kulinarny „Najsmaczniejsza potrawa mazowiecka”, w którym swoje wyroby zaprezentują koła gospodyń wiejskich a także producenci produktów tradycyjnych i regionalnych. W 10 zagrodach chłopskich zaplanowano pokazy wiejskich zajęć codziennych (m.in.: wirowanie śmietany za pomocą centryfugi, ubijanie masła) a na scenie amfiteatru koncerty zespołów i kapel.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19f	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	DZIEŃ DZIECKA W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę czerwca. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób	<b>Przed imprezą:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <b>W trakcie imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Emisja spotu reklamowego</li> </ul> <b>Po zakończeniu imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Przybliżenie wiedzy na temat życia codziennego dziecka wiejskiego z początku XX w. poprzez zabawę i naukę; promowanie Muzeum jako miejsca przyjaznego dzieciom.	3 czerwca 2012r., godz. 10.00 - 18.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza ma charakter rodzinnego pikniku. W ramach imprezy prowadzone będą pokazy i zabawy dla dzieci wzbogacone replikami tradycyjnych wiejskich zabawek. W autentycznej izbie szkolnej z lat międzywojennych XXw. obywać się będą lekcje kaligrafii, a w jednej ze stodół - interaktywne pokazy przybliżające poszczególne etapy obróbki ziarna. Zaplanowano także konkursy i zabawy z nagrodami, koncert i kiermasz dziecięcy. Na stoiskach prowadzona będzie sprzedaż drewnianych zabawek, słodyczy, obwarzanków itp.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19g	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	MIODOBRANIE W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę lipca. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Emisja spotu reklamowego</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Upowszechnianie wiedzy o pszczelarstwie - jednej z ważniejszych dziedzin gospodarki chłopskiej w XIX i XXw., popularyzowanie zdrowotnych właściwości miodu.	1 lipca 2012r., godz. 10.00 - 19.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Na terenie ekspozycji, w dwóch pasiekach zaplanowano pokazy prac pszczelarza: okurzenie ula celem wypędzenia pszczoł, podbieranie miodu z ula, odsklepanie wosku z ramek, wirowanie miodu, zakładanie węzy w ramkach. Przy tej okazji uczestnicy imprezy spróbują świeżego miodu z plastrów. Na kiermaszu produktów tradycyjnych i regionalnych zaprezentowane zostaną różne gatunki miodu i artykuły miodopochodne. Imprezę uświetni widowisko obrzędowe w wykonaniu zespołu folklorystycznego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19h	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	ŻNIWA W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę sierpnia. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Emisja spotu reklamowego</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Przybliżenie dawnych prac związanych ze zbiorem zbóż, prezentacja sprzętów, urządzeń i narzędzi umożliwiających przetwarzanie zbóż na produkty niezbędne w gospodarce chłopskiej.	5 sierpnia 2012r., godz. 10.00 - 19.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Miejscem prezentacji pokazów będzie ekspozycja muzealna - zagrody chłopskie a także pola przylegające do zagród. Do pokazów zostaną użyte autentyczne narzędzia i maszyny. Na polach odbywać się będą pokazy prac żniwnych, a w stodołach zwiedzający obejrzą prace związane z przetwarzaniem ziarna i słomy. Większość pokazów zaplanowano z aktywnym udziałem uczestników imprezy. Imprezie towarzyszyć będzie wystawa „Maszyny i narzędzia rolnicze na Mazowszu w XIX i XX w.”. Zaplanowano także kiermasz chleba i pieczywa obrzędowego. Na scenie zaprezentują się zespoły folklorystyczne prezentujące widowiska o tematyce żniwnej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19i	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	WYKOPKI W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę września. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plawa reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulotka zawierająca program imprezy rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Emisja spotu reklamowego</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Upowszechnianie wiedzy na temat prac polowych i gospodarskich na mazowieckiej wsi z początku XX w. ; prezentacja autentycznych maszyn i narzędzi rolniczych.	2 września 2012r., godz. 10.00 - 18.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza przybliży prace jesienne i gospodarskie z użyciem autentycznych sprzętów, maszyn i narzędzi. Wszystkie pokazy zaprezentowane zostaną w obrębie ekspozycji muzealnej - w chałupach chłopskich, budynkach gospodarczych i na polach. W ramach imprezy przeprowadzona zostanie Wiejska Loteria Fantowa z nagrodami w postaci ziemiofłdów pochodzących z upraw własnych Muzeum. W ognisku pieczone będą ziemniaki. Imprezę wzbogacą kiermasz ziemiofłdów i koncert regionalnego zespołu ludowego.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19j	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	DZIEŃ SADOWNIKA Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę października. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 1500 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane skierowane do 200 osób</li> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu regionalnym</li> <li>• Newsletter do portali branżowych</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie skansenu</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl i w portalach branżowych (ogrodniczych)</li> <li>• Relacja prasie lokalnej i branżowej (ogrodniczej)</li> </ul>	Upowszechnianie wiedzy na temat dawnych odmian drzew i krzewów owocowych oraz ich pielęgnacji.	7 października 2012r., godz. 9.00 - 17.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Impreza popularyzuje wiedzę na temat uprawy i pielęgnacji dawnych odmian drzew i krzewów owocowych. W ramach imprezy odbędzie się seja naukowa i kiermasz ogrodniczy. Planowany jest udział 3 prelegentów i ok. 10 wystawców.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19k	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	RZEŻBA - TWÓRCZOŚĆ EDMUNDA SZPANOWSKIEGO Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 500 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane skierowane do 200 osób</li> <li>• Tablica informacyjna na budynku ratusza</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Newsletter do szkół i instytucji kultury</li> </ul> </li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablica informacyjna na budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach reklamowych ratusza</li> <li>• Newsletter do szkół i instytucji kultury</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> <li>• Relacja na stronie www.mazovia.pl i w portalach branżowych (turystycznych, edukacyjnych)</li> </ul>	Ukazanie dorobku artystycznego lokalnego twórcy współpracującego z Muzeum.	październik 2012r., ratusz, pl. Kard. Wyszyńskiego 1
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa prac sierpeckiego artysty - rzeźbiarza Edmunda Szpanowskiego. Prezentowane prace ukażą 30 - letni dorobek artysty i różnorodność podejmowanych tematów (rzeźba sakralna, obyczajowa, historyczna, użytkowa). Wystawie towarzyszyć będą warsztaty rzeźbiarskie dla dzieci i młodzieży szkolnej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.191	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	WIELKANOC NA MAZOWSZU Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 15000 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane skierowane do 350 osób</li> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Informacje o wystawie na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Newsletter do szkół i instytucji kultury</li> </ul> </li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach na terenie skansenu, na budynku ratusza i Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu</li> <li>• Informacje o wystawie na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Projekcja prezentacji multimedialnej w salach audowizualnych na terenie skansenu</li> </ul>	Propagowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów ludowych związanych z tradycją obchodzenia Wielkiej Nocy na Mazowszu w XIX i XX w. poprzez ekspozycje prezentowane we wnętrzach chałup chłopskich.	1 lipca 2012r., godz. 10.00 - 19.00, skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W poszczególnych izbach chłopskich, kosciele oraz dworze szlacheckim zaaranżowane zostaną ekspozycje ilustrujące zwyczaje i obrzędy związane ze świętowaniem Wielkiej Nocy. Ekspozycje będą prezentować okres od Niedzieli Palmowej do Poniedziałku Wielkanocnego. Zagadnienia przedstawione na wystawie przybliży prezentacja multimedialna „Zwyczaje i obrzędy wielkanocne na Mazowszu” oraz zajęcia edukacyjne dla dzieci i młodzieży szkolnej (pokazy wykonywania palm i pisanek, warsztaty zdobienia kart świątecznych).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19†	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	ROK POLSKI W TRADYCYJNYCH ZAJĘCIACH CODZIENNYCH Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 40000 osób	<b>Przed imprezą:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Informacje o wystawie na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <b>W trakcie imprezy:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach na terenie skansenu, na budynku ratusza i Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu</li> </ul>	Propagowanie wiedzy na temat wiejskich zajęć domowych i gospodarskich na Mazowszu w XIX i XX w. w postaci ekspozycji prezentowanych w wnętrzach izb chłopskich.	1 czerwca 2012 r. - 30 listopada 2012 r., skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W poszczególnych miesiącach we wnętrzach izb chłopskich i budynkach gospodarczych zaaranżowane zostaną ekspozycje prezentujące codzienne zajęcia wiejskie związane z domem i gospodarstwem, m.in. wianki na oktafę Bożego Ciała, Zielone Świątki, suszenie ziół, wypiek chleba, wyrób twarogu, kiszzenie ogórków i kapusty, pranie i maglowanie bielizny. Elementy ekspozycji będą ulegać zmianom zgodnie z kalendarzem dorocznym i wiejskim cyklem rolniczym.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19m	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	BOŻE NARODZENIE NA MAZOWSZU Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane skierowane do 350 osób</li> <li>• Plakaty informacyjne na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Informacje o wystawie na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Newsletter</li> </ul> <p>do szkół i instytucji kultury</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach na terenie skansenu, na budynku ratusza i Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu</li> <li>• Informacje o wystawie na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Projekcja prezentacji multimedialnej w salach audowizualnych na terenie skansenu</li> </ul>	Popularyzowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów związanych z tradycją obchodzenia świąt Bożego Narodzenia na Mazowszu w XIX i XX w. poprzez ekspozycje prezentowane we wnętrzach chałup chłopskich.	1 grudnia 2012r. - 28 lutego 2013r., skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wystawa prezentowana w 10 zagrodach chłopskich przełomu XIX i XX w., kościele oraz dworze szlacheckim. Ilustruje zwyczaje i obrzędy związane z obchodami Świąt Bożego Narodzenia od początku Adwentu do Święta Trzech Króli z uwzględnieniem przekroju chronologicznego (od końca XIX w. do połowy XX w.) oraz społecznego (od rodzin biedniackich do drobnej szlachty). W poszczególnych izbach zaprezentowane zostaną ekspozycje przedstawiające m.in.: świąteczne zdobnictwo izb; przygotowywanie potraw świątecznych; wigilia biednego i bogatego chłopa; grupy kolędnicze. Zagadnienia przedstawione na wystawie przybliży prezentacja multimedialna „Zwyczaje i obrzędy bożonarodzeniowe na Mazowszu” oraz zajęcia edukacyjne dla dzieci i młodzieży szkolnej (warsztaty wykonywania ozdób choinkowych i zdobienia kart świątecznych).</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19n	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	POLACY W BRAZYLI Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 500 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane skierowane do 250 osób</li> <li>• Plakat informacyjny w witrynach zewnętrznych MMM w Bieżuniu</li> <li>• Zapowiedź wystawy ma stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Newsletter do instytucji kultury i mediów</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach reklamowych MMM w Bieżuniu</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> </ul>	Poznanie kultury Brazylii przez pryzmat polskiej emigracji.	21 marca 2012 r. - 15 sierpnia 2012 r., Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu, ul. Stary Rynek 19
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wystawa stanowi kontynuację cyklu wystaw popularyzujących kulturę innych narodów. Przybliży historię polskiej emigracji w Brazylii a także kulturę tego państwa. Na wystawę złożą się m.in. fotografie, ceramika, przedmioty codziennego użytku. W ramach wystawy zaplanowano konkurs plastyczny "Polska i Brazylia bliższe niż się wydaje" skierowany do dzieci i młodzieży szkolnej. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpi 1 czerwca 2012r. Laureaci otrzymają cenne nagrody rzeczowe.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19o	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	ADAM KOŁAKOWSKI - MALARSTWO Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 500 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane skierowane do 250 osób</li> <li>• Plakat informacyjny w witrynach zewnętrznych MMM w Bieżuniu</li> <li>• Banner informacyjny na terenie Bieżunia</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Newsletter do instytucji kultury i mediów</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> </ul> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach reklamowych MMM w Bieżuniu</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> </ul>	Ukazanie obrazków z życia małego miasteczka na Mazowszu przez pryzmat prac artysty żyjącego i tworzącego w realiach małego miasta.	wrzesień 2012r. - luty 2013r. Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu, ul. Stary Rynek 19
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Adam Kołakowski to artysta mieszkający i tworzący w Opinogórze. Jego prace malarskie przedstawiają życie codzienne małego miasteczka na Mazowszu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19p	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	TRADYCYJNA PALMA WIELKANOCNA Konkurs plastyczny. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 100 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w lokalnych szkołach i instytucjach kultury</li> <li>• Informacje o konkursie na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź na stronach portali turystycznych i edukacyjnych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Newsletter do szkół i instytucji kultury</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogłoszenie wyników na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Newsletter o wynikach do szkół i instytucji kultury</li> <li>• Relacja prasie lokalnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popularyzowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów związanych ze Świątami Wielkiej Nocy na Mazowszu w XIX i XX w. poprzez zachęcanie do samodzielnego wykonywania palmy wielkanocnej.</li> </ul>	1 marca 2012 r. - 1 kwietnia 2012 r., skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konkurs przybliży wiedzę na temat znaczenia palmy wielkanocnej w obrzędowości ludowej. Propaguje tradycję wykonywania palm wielkanocnych wśród dzieci i młodzieży szkolnej oraz twórców nieprofesjonalnych regionu Mazowsza. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpi podczas Niedzieli Palmowej w skansenie. Laureaci otrzymają dyplomy pamiątkowe i nagrody pieniężne.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.19q	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	WOJEWÓDZKI KONKURS POEZJI IM. STEFANA GOŁĘBIEWSKIEGO Zasięg wydarzenia: regionalny. Uczestnicy: 100 osób.	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informacje o wydarzeniu na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Newsletter do szkół</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogłoszenie wyników na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Relacja w lokalnej prasie</li> </ul>	Inspirowanie do własnej aktywności twórczej, rozwój twórczości poetyckiej wśród dzieci i młodzieży.	25 listopada 2012 r., Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu, ul. Stary Rynek 19
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konkurs skierowany do dzieci i młodzieży regionu Mazowsza. Propaguje własną twórczość poetycką młodego pokolenia. Przedmiotem konkursu jest napisanie 3 do 5 utworów poetyckich i przesłanie do Muzeum Małego Miasta w Bieżuniu. Laureaci otrzymają pamiątkowe dyplomy i nagrody rzeczowe.					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.19r	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	Ogólnopolska Konferencja Naukowa MIĘDZY RZECZĄ A RZECZYWISTOŚCIĄ. EKSPONATY, KOPIE ODZWIERCIEDLENIE - PRZEDMIOTY I ICH ROLA W EKSPOZYCJI MUZEALNEJ Uczestnicy: 100 osób z terenu całej Polski. Zasięg: ogólnopolski	<b>Przed imprezą:</b> • Informacje o wydarzeniu na stronie www.mwmskansen.pl • Zapowiedź na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej” • Zapowiedź na portalu Facebook • Newsletter do muzeów i ośrodków naukowych • Artykuły w lokalnej prasie • Zapowiedź na antenie rozgłośni radiowej o zasięgu regionalnym i telewizji lokalnej • Emisja plansz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej <b>W trakcie imprezy:</b> • Plakaty informacyjne w witrynach na terenie skansenu • Informacje o wydarzeniu na stronie www.mwmskansen.pl <b>Po zakończeniu imprezy:</b> • Relacja na antenie lokalnej telewizji kablowej • Artykuły w biuletynach i publikacjach naukowych	Wymiana poglądów na temat funkcjonowania ekspozycji i ich kopii w przestrzeni ekspozycji muzealnej.	22 - 23 października 2012 r., skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja będzie miała formę spotkania przedstawicieli środowiska muzealniczego i naukowego. Podczas konferencji zaplanowano prelekcje dotyczące roli muzealiów i ich kopii w ekspozycji muzealnej. W konferencji przewidziano udział 15 prelegentów z ośrodków muzealnych i akademickich całej Polski. Po zakończeniu konferencji planowany jest druk referatów w wydawnictwach muzealnych i naukowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.19s	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	Spotkania naukowe DALEKO, BLISKO, TUŻ ZA MIEDZĄ... Zasięg: regionalny Uczestnicy: 200 osób	<p><b>Przed imprezą:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informacje o wydarzeniu na stronie www.mwmskansen.pl</li> <li>• Zapowiedź na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice Mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź na portalu Facebook</li> <li>• Newsletter do muzeów i ośrodków naukowych</li> <li>• Artykuły w lokalnej prasie</li> </ul> <p>Emisja planz reklamowych paśmie informacyjnym lokalnej Telewizji Kablowej</p> <p><b>W trakcie imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne w witrynach na terenie skansenu</li> </ul> <p><b>Po zakończeniu imprezy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na antenie lokalnej telewizji kablowej</li> <li>• Artykuły w biuletynach i publikacjach naukowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozpowszechnianie wiedzy na temat kultury i dziedzictwa kulturowego</li> <li>• Mazowsza i innych regionów Polski, jak również przybliżenie problematyki narodowej, społecznej i kulturowej współczesnego świata.</li> </ul>	kwiecień/maj, październik 2012 r., skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cykl spotkań z przedstawicielami nauk humanistycznych (etnologami, archeologami, historykami) w formie wykładów skierowany do szerokiego kręgu odbiorców z rejonu Sierpca i Płocka. Prelekcje będą prowadzone przez wykładowców ośrodków akademickich, między innymi Uniwersytetu Warszawskiego, Łódzkiego i Mikołaja Kopernika w Toruniu. Spotkania mają zachęcić słuchaczy do poznawania dziejów kultury i historii zarówno Mazowsza, jak również innych regionów Polski i Europy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.19ś	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	Promocja działalności MWM w Sierpcu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Druk materiałów reklamowych zawierających ofertę MWM (ulotki, foldery, widokówki)</li> <li>• Druk kalendarza wielopłanszowego na 2013r.</li> <li>• Reklama prasowa w prasie regionalnej i ogólnopolskiej</li> <li>• Reklama w pismach i drukach reklamowych o tematyce turystycznej, edukacyjnej</li> <li>• Publikacja artykułów sponsorowanych w prasie branżowej</li> <li>• Emisja planz reklamowych w lokalnej telewizji kablowej</li> <li>• Reklama wizualna (tablice reklamowe)</li> <li>• Udział w targach, konferencjach i imprezach promocyjnych</li> </ul>	Upowszechnianie informacji na temat działalności MWM w Sierpcu; promocja Muzeum jako instytucji atrakcyjnej pod względem turystycznym, kulturalnym i edukacyjnym.	marzec-grudzień 2012 r., skansen. ul. Narutowicza 64
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Promocja jest jednym z najistotniejszych działań skierowanych do potencjalnych odbiorców oferty MWM. Celem zadań promocyjnych jest dotarcie do jak największego grona osób i przedstawienie oferty w możliwie najbardziej czytelny i atrakcyjny sposób.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.20) Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu</b>					
8.20a	Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu	Konferencja prasowa promująca System Identyfikacji Wizualnej Muzeum Wsi Radomskiej. Uczestnicy: przedstawiciele mediów	<u>Przed konferencją:</u> zaproszenia personalizowane. <u>W trakcie konferencji:</u> ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Muzeum Wsi Radomskiej (SIW MWR) w formie prezentacji multimedialnej oraz prezentacji tradycyjnej (gry planszowe, bilet wstępu, roll-up, galanteria reklamowa)	Rozpowszechnienie informacji o nowym Systemie Identyfikacji Wizualnej Muzeum Wsi Radomskiej	15 kwietnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze, które jest elementem SIW MWR, konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.20b	Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu	Konferencja prasowa promująca nowy portal internetowy Muzeum Wsi Radomskiej. Uczestnicy: przedstawiciele mediów	<u>Przed konferencją:</u> zaproszenia personalizowane. <u>W trakcie konferencji:</u> ekspozycja nowego portalu internetowego Muzeum Wsi Radomskiej w formie prezentacji multimedialnej wyszczególniająca konkretne elementy (zawartość i nawigacja portalu, nowe elementy - gry, blog, zarchiwizowana baza danych merytorycznych, przewodnik multimedialny)	Rozpowszechnienie informacji o nowym portalu Muzeum Wsi Radomskiej	15 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.20c	Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu	Kampania ATL w ramach budowy jednolitej marki Muzeum Wsi Radomskiej	Produkcja: spot TV, radiowy, bannery internetowe, prasa, outdoor - siatki wielkoformatowe i autobusy. Wdrożenie kampanii.	Reklama Muzeum Wsi Radomskiej	maj - sierpień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.21) Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie</b>					
8.21a	Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie	X Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie „Powrót do korzeni” - Rzym Starożytny	reklama pocztowa – foldery wysyłane z informacjami do szkół z terenu województwa mazowieckiego i ościennych (1000 szt.) - informacja na stronie internetowej muzeum w Liwie www.liw-zamek.pl - zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób. - informacja www.mazovia.pl - artykuły w prasie - reklama radiowa Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upie. Sprawozdanie w prasie lokalnej, Kronice Mazowieckiej i na stronach internetowych.	Edukacja kulturalna w formie interaktywnej, promocja muzeum w Liwie	30 maja 2012 r. -1 czerwca 2012 r. Teren należący do Muzeum Zbrojowni na Zamku w Liwie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie jest imprezą cykliczną, organizowaną od 2003 r. Bierze w nim udział średnio ok. 1500 uczestników dziennie. Uczestnikami są dzieci i młodzież szkolna ze szkół podstawowych i gimnazjów. Podczas Festynu Archeologicznego w Liwie zostanie zaprezentowane wspaniałe imperium starożytnego Rzymu. Jubileuszowy X Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie będzie łączył edukację z rozrywką. Jest imprezą skierowaną do uczniów szkół podstawowych i gimnazjów. Stanowi doskonale uzupełnienie szkolnego programu dydaktycznego, pozwalając na bezpośredni kontakt z epoką starożytności. Impreza odbywa się na terenie wokół zamku oraz w komnatach wieży bramnej (wystawa historyczna). Warsztaty rzemieślnicze rozlokowane są wokół podzamcza. Impreza posiada oprawę muzyczną oraz prowadzącego. W trakcie jej trwania odbywają się cyklicznie pokazy uzbrojenia i walki oraz przedstawienia scenek rodzajowych. Konkurs z nagrodami na pokaz związany z historią starożytnego Rzymu lub jego mitologią. Forma artystyczna jest dowolna, czas trwania przedstawienia – do 10 minut. • Uczestnicy Festynu poznają różne aspekty życia w dawnych wiekach poprzez pokazy i warsztaty interaktywne: Pokazy oddziały rzymskich legionistów: pokazy walk gladiatorów; prezentacja różnych typów uzbrojenia; kuchnia rzymska; sceny obrzędowe i polityczne; gry i zabawy rzymskie, warsztaty gamcarskie; kowalstwo i rybactwo, strzelanie z łuku, rzuty toporkiem i włócznią. <u>Cel imprezy</u> –propozycja twórczego spędzania wolnego czasu (Dzień Dziecka) łącząca edukację z rozrywką oraz promocja walorów kulturowych i przyrodniczych Mazowsza (promocja walorów kulturowych i przyrodniczych Mazowsza (grupy turystyczne odwiedzające Festyn Archeologiczny z reguły zwiedzają także inne atrakcje położone na Szlaku Doliny Liwca). <u>Sposób realizacji</u> – siłami pracowników Muzeum Zbrojowni na zamku w Liwie , wolontariuszy ze szkół średnich w Węgrowie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w miarę możliwości również w innych materiałach związanych z realizacją przedsięwzięcia, np. informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.21b	Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie	X Turniej Rycerski „Opierścien księżnej Anny” na Zamku w Liwie	<p>Plakaty informacyjne umieszczone na terenie potencjalnych odbiorców (Siedlce, Łochów, Mińsk Mazowiecki, Sokołów Podl., Węgrów Urle, Kamieńczyk)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- w jednostkach samorządu terytorialnego</li> <li>- na strona internetowej muzeum w Liwie <a href="http://www.liw-zamek.pl">www.liw-zamek.pl</a></li> <li>- zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób</li> <li>- artykuły w prasie</li> <li>- reklama radiowa</li> <li>- informacja <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul> <p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upie.</p> <p>Sprawozdanie w prasie lokalnej, Kronice Mazowieckiej i na stronach internetowych.</p>	<p>Propagowanie historii i kultury rycerskiego średniowiecza w oparciu o historię Księstwa Mazowieckiego i zamku w Liwie jako twierdzy granicznej i stolicy historycznej Ziemi Liwskiej, promocja Muzeum Zbrojowni na Zamku w Liwie i walorów turystycznych województwa mazowieckiego</p>	<p>18 - 19 sierpnia 2012 r.</p> <p>Teren należący do Muzeum Zbrojowni na Zamku w Liwie</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Turniej Rycerski na Zamku w Liwie jest imprezą cykliczną, organizowaną od 2001 r. przez Muzeum Zbrojownię w Liwie i Bractwo Rycerskie Ziemi Mazowieckiej i Podlaskiej. Bierze w nim udział średnio 300-350 rycerzy i dam z Polski i zagranicy. Turniej rycerski nie ogranicza się do rywalizacji w walce. Posiada także ciekawą i barwną oprawę artystyczną. Dzięki tym walorom tłumy widzów (średnio 8000–10 000). Poza rywalizacją turniejową w pięciu konkurencjach (walki indywidualne, walki zbiorowe/bohurt/, turniej łuczniczy i kusznicy, wielobój rycerski) przewidujemy wiele innych atrakcji, takich jak: nocne widowisko z efektami świetlnymi, gry i zabawy plebejskie dla publiczności, występy artystyczne, scenki ze średniowiecza, wystawę na wieży. Największą atrakcją jest zawsze rekonstrukcja bitwy średniowiecznej, według scenariusza nawiązującego do dziejów zamku w Liwie, w której biorą udział wszyscy rycerze. Jest ona niesłychanie widowiskowa, wzbudza wiele emocji i pozwala obserwatorom przenieść się w inną epokę. Podczas turnieju planujemy także zorganizowanie jarmarku średniowiecznego z replikami zabytków średniowiecznych (broń, odzież, zabawki dla dzieci). <u>Cel</u> - propagowanie szlacheckich idei rycerskich, pozytywnych wartości i tradycji patriotycznych, pożytecznego sposobu spędzania wolnego czasu</p> <p>- promocja walorów kulturowych i przyrodniczych Mazowsza (osoby odwiedzające Turniej Rycerski z reguły zwiedzają także inne atrakcje położone na Szlaku Doliny Liwca). <u>Sposób realizacji</u> – siłami pracowników Muzeum</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w miarę możliwości również w innych materiałach związanych z realizacją przedsięwzięcia, np. informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.22) Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22a	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Papirusy, mumie, złoto. Michał Tyszkiewicz i 150-lecie pierwszych polskich i litewskich wykopalisk w Egipcie”	<ul style="list-style-type: none"> <li>plakaty na 15 stacjach Kolei Mazowieckich,</li> <li>-plakat i wydawnictwa w gablocie PMA na stacji Ratusz - Arsenał Metra Warszawskiego</li> <li>-strona internetowa muzeum</li> <li>-banner na budynku Arsenálu</li> <li>-reklama w autobusach komunikacji miejskiej Telewizji Pixel</li> <li>-reklama na 6 wagonach Tramwajów warszawskich przez 3 miesiące</li> <li>- zaproszenia elektroniczne na spotkania, wykłady, imprezy towarzyszące wystawie</li> <li>- informacje o wystawie i imprezach towarzyszących na Facebooku na koncje PMA</li> <li>-relacje w magazynach tematycznych</li> <li>-ulotki w Punktach Informacji Turystycznej w języku polskim i angielskim</li> <li>- zajęcia muzealne tematycznie związane z wystawą</li> <li>- specjalny program na Noc Muzeów</li> <li>- informacje na portalach</li> </ul>	Upowszechnianie wiedzy o starożytnym Egipcie	styczeń 2012 r. – 31 maja 2012 r., Arsenał
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22b	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Megality – kamienne giganty”	reklama w gablocie na stacji Ratusz – Arsenał w Metrze Warszawskim (plakat, folder); informacja na stronie internetowej PMA; informacja na Facebooku muzeum	Upowszechnianie wiedzy o archeologii i działalności Klubu Miłośników Archeologii Irlandii Północnej	1 stycznia 2012 r. – 5 kwietnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22c	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Klub Młodych Miłośników Archeologii	strona internetowa muzeum; Facebook; zaproszenia do wybranych szkół; informacja na portalach edukacyjnych i wydarzeń organizowanych dla dzieci; informacja w mediach	Zdobywanie i szerzenia wiadomości na temat przeszłości ziem polskich dla dzieci od 8 do 16 lat	20 lutego 2012 r. - 30 czerwca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22d	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Dzień Przyjaźni Polsko-Węgierskiej: wystawa: - "Generał Józef Bem - bohater Polski i Węgier" - „Codziennie nowe odkrycie – zdjęcia z wykopalisk”	strona internetowa muzeum; Facebook; zaproszenia na wernisaż wystaw w Dniu Przyjaźni Polsko-Węgierskiej w dniu 23 marca; katalog o Józefie Bemie; relacje w magazynach; informacje na portalach internetowych; informacja na stronie Węgierskiego Instytutu Kultury w Warszawie	Przybliżenie wspólnej historii łączącej Polskę i Węgry oraz zapoznanie się z wynikami badań archeologicznych na Węgrzech	marzec - kwiecień 2012 r. Wernisaż wystawy 23 marca w Dniu Przyjaźni Polsko Węgierskiej
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22e	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Spotkania konserwatorskie „Sztuka Konserwacji 2012”	plakat o konferencji i wystawie; zaproszenie na Spotkania konserwatorskie „Sztuka Konserwacji 2012”; strona internetowa muzeum; wiadomości na portalach tematycznych; Facebook	Upowszechnianie najnowszych metod konserwacji obiektów architektonicznych i zabytków	Konferencja: 19 – 21 kwietnia 2012 r. Wystawa: 19 kwietnia 2012 r. - maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.22f	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa "Hawarte. Last Masterpieces of Ancien Painting", „Hawarte- Ostatnie Arcydzieła Mistrzów Antyku”	zaproszenie na wernisaż wystawy; strona internetowa Muzeum - strona internetowa IA UW; Facebook PMA; informacja na portalach; informacja w magazynach tematycznych; ulotki informacyjne o wystawie	Upowszechnianie informacji o najnowszych zdobyczach polskich archeologów pracujących w Syrii przy odsłanianiu groty z malowidłami ze świata antycznego	Wystawa: maj - lipiec 2012 r.  Konferencja w IA UW: 30 kwietnia 2012 r. - 2 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22g	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Noc Muzeów	informacja na stronie internetowej Muzeum; informacja na Facebooku PMA; informacja na Facebooku współpracujących Stowarzyszeń z PMA; informacja w broszurze wydawanej przez Urząd m. Warszawy o Nocy Muzeów; informacja na portalach internetowych	Udostępnienie wiedzy o archeologii ziem polskich na wystawach stałych i wiedzy o starożytnym Egipcie na wystawie czasowej	19 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22h	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	„Lato w mieście” – zajęcia i lekcje muzealne dla dzieci pozostających na wakacje w Warszawie	informacja na stronie miasta; informacja na stronie PMA; informacja na Facebooku; informacja w mediach	Nauka dzieci i młodzieży w poznawaniu starożytnych technologii wyrobu naczyń, biżuterii, ubrań itp.	lipiec - sierpień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22i	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Archeologiczna autostrada” z Muzeum Archeologicznego w Krakowie	zaproszenie na wernisaż wystawy; strona internetowa Muzeum; Facebook PMA; informacja na portalach; informacja w magazynach tematycznych; ulotki informacyjne o wystawie; informacja w Gablocie na stacji Metra Warszawskiego „Ratusz – Arsenal”	Upowszechnianie informacji o ratowniczych badaniach archeologicznych podczas budowy autostrad w Małopolsce	wrzesień - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22j	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Europejskie Dni Dziedzictwa	informacja na stronie internetowej Muzeum; informacja na stronie organizatora Dni Dziedzictwa; informacja na Facebooku muzeum	Propagowanie dziedzictwa polskiego	połowa września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22k	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Festiwal Nauki Polskiej	informacje wysyłane do szkół; informacja na stronie internetowej; informacja na portalach edukacyjnych; informacja na Facebooku; informacja w wydawnictwie „Festiwal Nauki Polskiej”	Upowszechnianie wiedzy o pradziejach wśród uczniów szkół warszawskich i mazowieckich	koniec września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.221	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Inscenizacja historyczna „Noc Listopadowa 1830 – zdobycie Warszawskiego Arsenalu	plakat o imprezie; zaproszenie; informacja na stronie internetowej muzeum; informacja na stronach internetowych współuczestników z grup rekonstrukcji historycznej; informacja na Facebooku; informacja na portalach internetowych; informacja w mediach, prasie, telewizji, radiu; informacja w gablocie na stacji „Ratusz-Arsenał” w gablocie Metra	Przybliżenie młodemu pokoleniu historii narodu polskiego, jego zrywów niepodległościowych	2 grudnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22f	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wydawnictwa własne i o tematyce archeologicznej	zaproszenia w wersji elektronicznej; informacja na Facebooku PMA; informacja na portalach tematycznych	Upowszechnianie informacji o wydawnictwach naukowych i popularno-naukowych dotyczącej archeologii i historii	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.22m	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa "Boży bojownicy. Jan Žižko i husyci w walkach z zakonem krzyżackim" w Muzeum Regionalnym w Kozienicach	plakat, zaproszenie	Upowszechnianie informacji o Husytach i ich długoletniej walce z zakonem Krzyżackim wśród Polaków, Czechów, Słowaków i Węgrów	styczeń - luty 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22n	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa "Boży bojownicy. Jan Žižka i husyci w walkach z zakonem krzyżackim" w Muzeum Nyireghaza na Węgrzech	plakat, zaproszenie, informacja na Facebooku	Upowszechnianie informacji o Husytach i ich długoletniej walce z zakonem Krzyżackim wśród Polaków, Czechów, Słowaków i Węgrów	3 marca 2012 r. - 6 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22o	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Czas i rzeka. Dolina Liwca u schyłku starożytności” Muzeum Archeologiczne w Krakowie	zaproszenie; informacja na stronie muzeum w PMA; informacja na stronie MA w Krakowie; informacja na Facebooku	Reklamowanie dziejów Mazowsza w okresie wpływów rzymskich	styczeń – maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22p	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Skarby wieków średnich” w Muzeum Śląska Opolskiego w Opolu	zaproszenie; strona internetowa Muzeum w Opolu; Facebook	Propagowanie piękna polskiej biżuterii wczesnośredniowiecznej ze zbiorów PMA	luty 2012 r. – 15 czerwca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.22q	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Skarby wieków średnich” w Muzeum w Ratyźbonie (Niemcy)	zaproszenie; informacja na Facebooku	Propagowanie piękna polskiej biżuterii wczesnośredniowiecznej ze zbiorów PMA	od połowy czerwca do początku października 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.22r	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Wystawa „Skarby wieków średnich” w Muzeum w Brandenburgu (Niemcy)	zaproszenie; informacja na Facebooku	Propagowanie piękna polskiej biżuterii wczesnośredniowiecznej ze zbiorów PMA	styczeń - maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.23) Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie</b>					
8.23a	Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie	Kampanie informacyjno-wizerunkowe promujące działalność Państwowego Muzeum Etnograficznego (PME) (ATL/BTL)	Serwisy www. Stacje radiowe TV Prasa Internet: Interaktywna strona internetowa – Facebook oraz Direct mailing PR Wydawnictwa promocyjne i gadżety Outdoor	Wytworzenie mody na PME -Zwiększenie wiedzy o ofercie muzeum - Kreowanie pozytywnego wizerunku – (budowanie marki, promowanie logo) -Rozpoznawalność i kojarzenie oferty produktów z miejscem -Pozycjonowanie w świadomości odbiorców	II półrocze 2012 r., siedziba główna PME
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.23b	Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie	Kompleksowa i zróżnicowana oferta usług i produktów PME - wystawy stałe i czasowe - lekcje i warsztaty - inne wydarzenia artystyczne i naukowe	Wykorzystanie baz danych (szkoły, hotele, biura podróży, instytucje kulturalne i biznesowe itp.) – informacja na www i zaproszenie do współpracy. Eventy dla instytucji biznesowych i niekomercyjnych z wykorzystaniem produktów muzealnych. Sprzedaż wydawnictw własnych (plakaty, katalogi do wystaw i in) oraz upominków – księgarnie, targi, „kiermasze	Zwiększenie popytu produktów i usług PME	II półrocze 2012 r., siedziba główna PME
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.23c	Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie	Utrwalanie marki PME	Informacje o muzeum na stronie internetowej i w portalach społecznościowych Inne media Kioski multimedialne Przestrzeń miejska (system MSI)	Rozpoznawalność i budowanie tożsamości	II półrocze 2012 r., siedziba główna PME
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.24) Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.24a	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Pam Valentine " <b>Kochankowie nie z tej ziemi</b> ". Reżyseria: Piotr Urbaniak, scenografia: Joanna Schoen	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	premiera: 7 stycznia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24b	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Międzynarodowy Dzień Teatru. Premiera spektaklu: Jerzy Szaniawski " <b>Żeglarz</b> ". Reżyseria: Maciej Kowalewski, scenografia Piotr Rybkowski.	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	premiera: 25 marca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.24c	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Szymon Bogacz "Trzech mężczyzn w różnym wieku". Reżyseria: Julia Pawłowska, scenografia: Joanna Jaśko-Sroka. Spektakl zgłoszony na Konkurs Polskiej Dramaturgii współczesnej.	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Przedpremierowana wystawa 6) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	prapremiera: 30 marca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.24d	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Udział w uroczystości otwarcia Centrum Kultury w Sierpcu: Jan Nowicki "Rozmowy z Piotrem".	Ulotki, wydawnictwo "Aktualności Teatru Płockiego", folder o historii płockiego teatru, plakaty.	Upowszechnianie kultury na Mazowszu	27 kwietnia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.24e	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Rainer Lewandowski "Już tylko Hamlet". Reżyseria: Marek Mokrowiecki, scenografia: Mikołaj Łakomski	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	polska prapremiera: 20 maja 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24f	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Wystawa czasowa zdjęć, plakatów i afiszy sztuk zrealizowanych w płockim Teatrze latach 1975-2012.	Ekspozycja w: 1) dolne foyer Teatru 2) Galerie handlowe: "Mazovia", "Wisła", "Mosty" 3) Książnica Płocka im. Wł. Broniewskiego w Płocku.	Upowszechnianie kultury i sztuki teatralnej	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24g	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Dni Historii Płocka. Spektakl plenerowy pt. "775", przygotowany w rocznicę lokacji Płocka.	1) Afisze informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) informacja w miesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 3) Strona internetowa Teatru 4) komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych.	Upowszechnianie historii Płocka i kultury na Mazowszu.	prapremiera: 2 czerwca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24h	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Radosław Paczocha " <b>Być jak Kazimierz Deyna</b> ". Reżyseria: Michał Kotański.	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Przedpremierowana wystawa 6) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru i polskiej dramaturgii współczesnej.	premiera: 9 czerwca 2012 r.
<b>OPIIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24i	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	W dzień dwusetnej rocznicy pierwszej premiery: <b>happening na ulicach Płocka</b> (centralne obchody 200-lecia płockiego Teatru).	Barwny korowód postaci ze sztuk zrealizowanych w płockim Teatrze.	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	20 września 2012 r.
<b>OPIIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.24j	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	<b>Wernisaż wystawy "200 lat płockiego Teatru"</b> w Muzeum Mazowieckim w Płocku.	1) Folder okolicznościowy, afisze informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) informacja w miesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 3) Strona internetowa Teatru 4) komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych.	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu. Zasięg ogólnopolski.	28 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.24k	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	<b>Dwudniowa Sesja Naukowa</b> w Towarzystwie Naukowym Płockim, przygotowana przez wieloletniego kierownika literackiego Teatru dr. Bohdana Urbankowskiego.	1) Folder okolicznościowy, afisze informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) informacja w miesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 3) Strona internetowa Teatru 4) komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych pism ogólnopolskich.	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu. Zasięg ogólnopolski.	28-29 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.241	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Odsłonięcie <b>pamiątkowego postumentu</b> w miejscu, w którym stanął w 1812 r. Teatr (Tumskie Wzgórze).	Afisze informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) informacja w miesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 3) Strona internetowa Teatru 4) komunikaty prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych pism ogólnopolskich	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu. Z zasięgiem ogólnopolski.	29 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.241	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Marek Mokrowiecki " <b>Komedianci w Płocku</b> ". Przedpremierowa wystawa.	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Przedpremierowana wystawa 6) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych, 7) Zaproszenia personalizowane –	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	29 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.24m	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Udział w festiwalu im. Stefana Themersona SkArPA.	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Przedpremierowana wystawa 6) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych, 7) Zaproszenia personalizowane – skierowane do ok. 70 osób.	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu, zapoznanie odbiorców z twórczością wybitnego płocczanina S. Themersona (zasięg ogólnopolski).	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.24n	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Uroczyste nabożeństwo w płockiej Bazylice Katedralnej, poświęcone pamięci pracowników Teatru, z udziałem: Zespołu Teatru Dramatycznego w Płocku, Płockiej Orkiestry Symfonicznej, Chóru Pueri Cantores Plocensis	Informacyjna umieszczona w: dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego, stronie internetowej Teatru oraz w mediach lokalnych. Zaproszenia personalizowane – skierowane do ok. 200 osób.	Utalenie pamięci o ludziach teatru, twórcach płockiej Sceny.	październik/listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.24o	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Premiera spektaklu dla dzieci	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Przedpremierowana wystawa 6) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i	Popularyzacja sztuki teatralnej wśród najmłodszej publiczności. Współpraca z ośrodkami kultury i placówkami oświatowymi z terenu Płocka i Mazowsza.	listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.23p	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	<p><b>Wydanie publikacji książkowej pt. „200 lat płockiego Teatru”,</b> zawierającej pokłosie Sesji Naukowej (referaty) oraz bogaty materiał faktograficzny zawierający kalendarium najważniejszych wydarzeń (zdjęcia z przedstawień, reprodukcje plakatów, noty biograficzne wybitnych twórców płockiej Sceny). Publikację przygotowuje dr Barbara Konarska-Pabiniak.</p> <p><b>- Wydanie publikacji „Płocki Teatr 2002-2012”,</b> zawierającej omówienie poszczególnych sezonów Teatru. Będzie to piąta z kolei – od 1975 r. tego rodzaju publikacja.</p>	1) Artykuły promocyjne w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 2) Zapowiedzi na stronie internetowej Teatru 3) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych, 4) Umieszczenie książek w zasobach płockich bibliotek publicznych i szkolnych.	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu. Zasięg ogólnopolski.	listopad 2012 r.



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24q	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Wspólnie z Płockim Teatrem Przyjaciół Teatru ogłoszenie wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych <b>konkursu na projekt plakatu upamiętniającego dwustulecie Teatru.</b>	1) konferencja prasowa, wystawa plakatów konkursowych na dolnym i górnym foyer teatru, ich ekspozycja w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury 2) Wywiady z laureatami konkursu opublikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Komunikaty prasowe w mediach lokalnych i magazynach tematycznych	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu. Zasięg ogólnopolski.	kwiecień - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24r	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	<b>R. Cooney "Zamknij oczy i myśl o Anglii"</b>	1) konferencja prasowa, plakaty informacyjne umieszczone w: gablotach teatru, miejskich słupach ogłoszeniowych, w stałych ekspozycjach reklamowych teatru znajdujących się w galeriach handlowych, bibliotekach, instytucjach kultury, gablotach jednostek samorządu terytorialnego 2) ulotki wysyłane do: szkół, ośrodków kultury, biur turystycznych na terenie Płocka i Mazowsza 3) Wywiady z twórcami spektaklu, publikowane w dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego 4) Strona internetowa Teatru 5) Przedpremierowana wystawa 6) Komunikaty i recenzje prasowe w mediach lokalnych i	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka i Mazowsza 2) Usprawnienie kontaktów z mediami i ew. sponsorami 3) Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru.	grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.24s	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Cykl spotkań z widzami pt. „ <b>W starym teatrze</b> ” – filmowa prezentacja najciekawszych spektakli, które powstały w płockim Teatrze. W każdym spotkaniu uczestniczy gość specjalny, a prezentacjom towarzyszą krótkie wykładki.	Informacyjna umieszczona w: dwumiesięczniku "Aktualności Teatru Płockiego, stronie internetowej Teatru oraz w mediach lokalnych.	Upowszechnianie wiedzy na temat historii płockiego Teatru oraz tradycji teatralnych na Mazowszu (zasięg ogólnopolski).	cały 2012 r., z wyłączeniem okresu urlopowego lipiec, sierpień.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.25) Teatr Polski w Warszawie</b>					
8.25a	Teatr Polski w Warszawie	<b>"Msza Kreolska" Koncert Jubileuszowy z okazji 99 rocznicy otwarcia Teatru Polskiego</b>	1. Druk plakatów i ich ekspozycja na słupach WAREXPO zlokalizowanych na terenie Warszawy, 2. Reklamy prasowe w dziennikach Gazeta Wyborcza i Metro, 3. specjalna czterostronicowa wkładka poświęcona w całości Teatrowi Polskiemu: jubileuszowi oraz planom teatru na rok 2012 w dzienniku METRO, 4. zapowiedzi koncertu w patronackich mediach: Pr. II Polskiego Radia, Gazeta Wyborcza, METRO, a także w pozostałych mediach (dzienniki oraz rozgłośnie radiowe), 5. bieżące informacje o działalności Teatru na stronie internetowej <a href="http://www.teatrpolski.waw.pl">www.teatrpolski.waw.pl</a> , 6. W trakcie koncertu dystrybucja ulotek programowych koncertu,	Jak najszersze informowanie opinii publicznej i potencjalnych widzów o planowanym wydarzeniu	29 stycznia 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.25b	Teatr Polski w Warszawie	<b>PREMIERY TEATRU POLSKIEGO: "Zwiastowanie", "Mazepa", "Sny/Pokolenie jeans", "Parady", "Burza"</b>	1. Reklama: ekspozycja plakatów na słupach WAREXPO, Frontlighty (dotyczy Mazepy i Burzy), Citylighty, billboardy (dotyczy wybranych premier), reklamy na ekranach LED (dotyczy wybranych premier), reklama na ekranach umieszczonych na warszawskich uczelniach, reklama premier w komunikacji miejskiej - metro, autobusy, tramwaje (dotyczy wybranych premier), reklamy prasowe w dziennikach Gazeta Wyborcza, Polska The Times i Metro, 2. Współpraca z mediami - konferencje prasowe poświęcone poszczególnym premierom oraz bieżąca współpraca z dziennikarzami owocująca materiałami redakcyjnymi w mediach (prasa, radio i telewizja), zapowiedzi premier w patronackich mediach: Pr. II Polskiego Radia, Gazeta Wyborcza, METRO, 3. Inne bieżące działania promocyjne - dystrybucja ulotek i repertuarów teatralnych do szkół, wyższych uczelni, firm, współpraca z dystrybutorem kopert Poka Poka, bieżące informacje o premierach na stronie internetowej <a href="http://www.teatrpolski.waw.pl">www.teatrpolski.waw.pl</a> oraz na portalach społecznościowych, mailingi do stałych widzów, reklamy poszczególnych tytułów w siedzibie teatru oraz w kasie głównej przy Krakowskim Przedmieściu 6,	Dotarcie z informacjami o planowanych premierach do opinii publicznej i potencjalnych widzów, mające na celu zwiększenie dynamiki sprzedaży	"Zwiastowanie" - premiera 25 i 26 lutego 2012 r. "Mazepa" - premiera 24 marca 2012 r., "Sny/Pokolenie jeans" - premiera 2 czerwca 2012 r., "Parady" - premiera 29 września 2012 r., "Burza" - premiera 10 listopada 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.24c	Teatr Polski w Warszawie	<b>CYKL EDUKACYJNY: Teatr Polski Dzieciom</b>	<p>1. Przed uruchomieniem cyklu - kampania promocyjna zapowiadająca cykl wydarzeń: Frontlighty, Citylighty, relama na ekranach LED, reklama w komunikacji miejskiej, plakaty na słupach WAREXPO, reklamy prasowe w dziennikach: Gazeta Wyborcza, Polska The Times, METRO,</p> <p>2. Współpraca z mediami - materiały redakcyjne w mediach (prasa, radio, internet). Współpraca z patronackimi mediami: Pr. II Polskiego Radia, Gazeta Wyborcza, portal Miasto Dzieci,</p> <p>3. pozostałe działania - bieżące informacje na temat cyklu na stronie internetowej teatru oraz na portalach społecznościowych, mailingi do stałych widzów, dystrybucja ulotek poświęconych cyklowi</p>	Celem kampanii jest dotarcie do potencjalnych odbiorców z informacją o nowej inicjatywie teatru: oprócz prezentacji spektakli dla dzieci w ramach cyklu odbywać się będą warsztaty edukacyjne, spotkania z artystami, czytania bajek, a także akcja pod roboczym tytułem "spektakl z guwernantką" w ramach której rodzice będą mogli przyjść do teatru na spektakl, a w tym czasie wyspecjalizowani animatorzy zajmą się ich pociechami (przeprowadzą warsztaty, połączone ze świetną zabawą). Kierując się ideą teatru jako miejsca otwartego i przyjaznego szerokiej publiczności, ale jednocześnie w pewien sposób elitarnego, chcemy stworzyć dzieciom możliwość spotkania z wysoką sztuką, pokazując zarazem, jak świetną może być ona zabawą.	inauguracja cyklu spektaklem Na arce o ósmym 4 lutego 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.25d	Teatr Polski w Warszawie	<b>CYKLE: Salony Poezji, Czytanie Listów, Fora Dyskusyjne Teatru Polskiego, Debaty</b>	<p>1. Bieżąca reklama poszczególnych wydarzeń w ramach cykli: Druk plakatów i ich ekspozycja na słupach WAREXPO oraz w siedzibie Teatru i w kasie Głównej na Krakowskim Przedmieściu 6</p> <p>2. Współpraca z mediami - bieżące informowanie dziennikarzy o najbliższych wydarzeniach, zapowiedzi oraz transmisje lub relacje z wybranych wydarzeń w Pr. II Polskiego Radia,</p> <p>3. bieżące informacje o poszczególnych wydarzeniach na stronie internetowej <a href="http://www.teatrpolski.waw.pl">www.teatrpolski.waw.pl</a> oraz na portalach społecznościowych</p>	Jak najszersze informowanie opinii publicznej i potencjalnych widzów o planowanym wydarzeniu	regularnie przez cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.25e	Teatr Polski w Warszawie	<b>NOWE CYKLE: "5 polskich mów", Taniec w polskim</b>	<p>1. Bieżąca reklama poszczególnych wydarzeń w ramach cykli: Druk plakatów i ich ekspozycja na słupach WAREXPO oraz w siedzibie Teatru i w kasie Głównej na Krakowskim Przedmieściu 6</p> <p>2. Współpraca z mediami - bieżące informowanie dziennikarzy o najbliższych wydarzeniach, zapowiedzi oraz transmisje lub relacje z wybranych wydarzeń w Pr. II Polskiego Radia,</p> <p>3. bieżące informacje o poszczególnych wydarzeniach na stronie internetowej <a href="http://www.teatrpolski.waw.pl">www.teatrpolski.waw.pl</a> oraz na portalach społecznościowych, mailingi do stałych widzów,</p>	<p>W ramach nurtu edukacyjnego Teatru Polskiego realizujemy dwa kolejne projekty:</p> <p>1. we współpracy z Kołem Naukowym Teatr i Polityka powstaje projekt edukacyjno - badawczy w ramach którego toczyć będziemy dyskusję wokół 5 najważniejszych mów polskich. Przy tej okazji chcemy przyciągnąć do Teatru Polskiego młode pokolenie i zachęcić je do czynnego udziału w życiu kulturalnym.</p> <p>2. we współpracy z Instytutem Muzyki i Tańca realizujemy warsztaty, których celem jest spotkanie świata teatralnego i tanecznego oraz próba znalezienia</p>	<p>"5 polskich mów" - projekt zaplanowany na 2012 r. i 2013 r.</p> <p>"Taniec w Polskim" - projekt zaplanowany na 1 połowę 2012 r.</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.25f	Teatr Polski w Warszawie	<b>SPEKTAKLE WYJAZDOWE: Słupsk, Gorzów Wielkopolski, Rzeszów, Kraków, Szczecin, Katowice, Opole, Łódź, Gdańsk</b>	<p>1. Współpraca promocyjno reklamowa z poszczególnymi teatrami oraz za ich pośrednictwem współpraca z mediami lokalnymi,</p> <p>2. bieżące informacje o poszczególnych wydarzeniach na stronie internetowej <a href="http://www.teatrpolski.waw.pl">www.teatrpolski.waw.pl</a> oraz na portalach społecznościowych, mailingi do stałych widzów,</p>	<p>W ramach wychodzenia z ofertą teatru Polskiego poza jego siedzibę, rozszerzamy naszą działalność impresaryjną i rozwijamy sieć kontaktów z teatrami na terenie Polski. Dzięki współpracy możemy prezentować nasze produkcje widzom na terenie Polski, a także zapraszać do naszej siedziby zespoły z innych miast z własnym repertuarem (tym samym jeszcze bardziej wzbogacamy naszą ofertę repertuarową).</p>	regularnie przez cały 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>W ciągu 2012 r. Teatr Polski zamierza kontynuować rozpoczętą w 2011 r. współpracę z patronami medialnymi oraz partnerami reklamowymi. Dbamy bardzo o stałą obecność Teatru Polskiego w świadomości warszawiaków, dlatego staramy się być obecni w przestrzeni miejskiej (szeroko rozumiana reklama outdoorowa). Oprócz tego duży nacisk kładziemy na utrzymanie dobrych relacji z mediami (prasa, radio, telewizja, portale internetowe), z którymi współpracujemy PR-owsko, co owocuje licznymi publikacjami redakcyjnymi. Rozwijamy naszą sieć sprzedaży i staramy się pozyskać szerszy krąg widzów. M.in. poprzez bezpośrednie dotarcie z ofertą do ludzi młodych, w tym celu podejmujemy współpracę z organizacjami studenckimi na poszczególnych uczelniach wyższych. Otwierając się na ludzi młodych wprowadzamy nowoczesne formy promocji. Ma temu służyć nowa strona internetowa współpracująca z portalami społecznościowymi, której uruchomienie zaplanowane jest na drugą połowę 2012 r., a także sprzedaż biletów online, której uruchomienie zaplanowane jest na wiosnę 2012 r. W 2012 r. rozwijać będziemy edukacyjną stronę naszej działalności wprowadzając kolejne cykle: Teatr Polski Dzieciom, 5 polskich mów, Taniec w Polskim. Ważnym elementem w 2012 r. będzie również działalność impresaryjna, co związane jest po części z zaplanowanym ostatnim etapem remontu Teatru Polskiego i zamknięciem na pół roku dużej sceny Teatru. Niezależnie od tego pozwoli to na rozszerzenie kręgu naszych widzów poza granice Warszawy. Końcówka roku 2012 będzie dla nas etapem intensywnych przygotowań do obchodów roku jubileuszowego - 2013 i setnej rocznicy otwarcia Teatru Polskiego.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.26) Państwowy Zespół Ludowy Pieśni i Tańca "MAZOWSZE" im. Tadeusza Sygietyńskiego</b>					
8.26a	PZLPiT "Mazowsze" im. Tadeusza Sygietyńskiego	Koncerty „Mazowsza”	<p>kampania promocyjno-informacyjna w mediach dotycząca planowanych koncertów;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie zespołu oraz portalach społecznościowych (zapowiedzi oraz relacje z wydarzeń);</li> <li>- pozyskiwanie patronów medialnych;</li> <li>- wydawnictwa służące promocji typu afisze i programy koncertowe, foldery, w których zamieszczany będzie logotyp Samorządu Województwa Mazowieckiego z informacją o finansowaniu zespołu.</li> </ul>	<p>promocja folkloru regionu Mazowsze i innych regionów</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- promocja i informacja o zespole „Mazowsze”;</li> <li>- działalność dochodowa</li> </ul>	cały 2012 r. Polska i zagranica
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działalność koncertowa wynikająca ze statutu „Mazowsza” w niepodważalny sposób promuje region i Polskę w kraju i na całym świecie. Plan koncertowy tworzony jest na bieżąco, a statystyki z ostatnich pięciu lat szacują liczbę koncertów w skali roku następująco: Polska – 80 koncertów, świat – 20 koncertów. W 2012 roku planowane są między innymi koncerty w kraju: Katowice, Bydgoszcz, Sosnowiec, Włocławek, Warszawa, Kostrzyn n.Odrą, Nagawki, Frombork, Grójec, Człuchów, Leżajsk, Koszęcin, Wrocław, Poznań; świat: Rosja, Izrael, Ukraina</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze, które jest elementem SIW MWR, konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.26b	PZLPiT "Mazowsze" im. Tadeusza Sygietyńskiego	Wydarzenia artystyczne w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach	kampania promocyjna w mediach; - wydawnictwa promujące przedsięwzięcie (z naciskiem na materiały własne artystów), typu afisze i programy koncertowe, w których zamieszczany będzie logotyp Samorządu Województwa Mazowieckiego z informacją o finansowaniu zespołu; - informacja na stronie zespołu oraz portalach społecznościowych (zapowiedzi oraz relacje z wydarzeń; - uczestnictwo w II edycji programu „Paszport Turystyczny Mazowsza”; - newsletter;	promocja kultury regionu Mazowsze i działających w regionie artystów; - promocja innych artystów i przedsięwzięć artystycznych; - budowanie marki nowego teatru poprzez dostęp do bogatej oferty wydarzeń kulturalnych; - aktywizacja lokalnego środowiska; - wymiana doświadczeń artystów; - działalność dochodowa	cały 2012 r. Matecznik Mazowsze w Otrębusach
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Koncerty artystów działających na terenie Mazowsza promują region poprzez prezentację dorobku artystycznego. Gościnne występy artystów spoza regionu (także zagranicznych) posłużą także konfrontacji artystów i wymianie doświadczeń. Organizowane wydarzenia artystyczne (w tym wystawy, spotkania z twórcami, festiwale) będą atrakcyjną formą kontaktu mieszkańców województwa (i nie tylko) z kulturą.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze, które jest elementem SIW MWR, konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.26c	PZLPiT "Mazowsze" im. Tadeusza Sygietyńskiego	Pozostała działalność w siedzibie „Mazowsza” w Otrębusach	promocja w lokalnych mediach; - wydawnictwa typu ulotki reklamowe, foldery, w których zamieszczany będzie logotyp Samorządu Województwa Mazowieckiego z informacją o finansowaniu zespołu; - informacja na stronie zespołu oraz portalach społecznościowych (zapowiedzi oraz relacje z wydarzeń; - uczestnictwo w II edycji programu „Paszport Turystyczny Mazowsza”; - newsletter	promocja kultury poprzez edukację i aktywizację mieszkańców regionu, mieszkańców innych regionów i turystów zagranicznych; - rozwijanie zamiłowania do zajęć ruchowych, które połączone z muzyką mają znaczący wpływ na rozwój dzieci i młodzieży, a dorosłym dają możliwość utrzymania kondycji fizycznej, nawiązywania kontaktów towarzyskich i niekonwencjonalnego spędzania wolnego czasu; - działalność dochodowa	cały 2012 r. Siedziba „Mazowsza” w Otrębusach (Matecznik Mazowsze, Pałac)

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Prowadzenie warsztatów, kursów oraz innych zajęć dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Organizowanie zwiedzania siedziby „Mazowsza”, muzeum kostiumów i pamiątek z wyjazdów zespołu, zwiedzanie Matecznika Mazowsze (w tym udział w próbie zespołu, wizyta w pracowni krawieckiej, zaplecze sceny). Współpraca z innymi ośrodkami kultury oraz placówkami szkolnymi. Organizowanie seminariów, konferencji, eventów i innych form wymiany doświadczeń, informacji i edukacji.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze, które jest elementem SIW MWR, konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>					
<b>(8.27) Warszawska Opera Kameralna</b>					
8.27a	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na nośnikach outdoor - BILBOARDY	Kontynuacja współpracy z firmą oferującą „bilboardy”.  - CITYBOARD (partner strategiczny WOK) – od lat oferuje nam bilboardy o wielkości 4m x 12m. Zwykle podczas promocji wydarzeń otrzymujemy 10 – 20 nośników stosownie do rangi przedsięwzięcia.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę	Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012)  XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)  Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz”  S. Moniuszko „Halka wileńska”  G. F. Haendel „Imeneo”  G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia”  C. M. Weber „Wolny strzelec”
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Działania promocyjne na nośnikach outdoor mają na celu pokazanie szerokiemu gronu odbiorców repertuaru Warszawskiej Opery Kameralnej. Podpisane umowy opierają się o współpracę na zasadzie barterowej. W skali roku mamy do dyspozycji ok. 80 tablic o wielkości 4x12 metra. Ta forma promocji jest przewidziana w przypadku najważniejszych Festiwalu i wydarzeń kulturalnych organizowanych przez WOK.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
8.27b	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na nośnikach outdoor – EKRANY LED	Kontynuacja współpracy z firmą HATOR MEDIA oferującą reklamę na „nośnikach LED” przy ul. Marszałkowskiej	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę	Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.) XXII Festiwal Mozartowski w Warszawie (16 czerwca 2012 r. - 25 lipca 2012 r.)  Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz”  S. Moniuszko „Halka wileńska”  G. F. Haendel „Imeneo”  G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia”  C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działania promocyjne na nośnikach HATOR MEDIA mają na celu pokazanie szerokiemu gronu odbiorców repertuaru Warszawskiej Opery Kameralnej.					
<b>OCENA *</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.27c	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na tablicach 30 x 90 cm w autobusach i tramwajach komunikacji miejskiej	Kontynuacja współpracy z firmą METROMEDIA oferującą nośniki w warszawskich tramwajach i autobusach. Zwykle podczas kampanii mamy do dyspozycji 100-200 tablic	Reklama Festiwali, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski w Warszawie (16 czerwca 2012 r. - 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wielki kłopot”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Ta forma promocji realizowana jest w przypadku wszystkich naszych wydarzeń. W przypadku naszych największych Festiwali mamy do dyspozycji nawet do 200 tablic w tramwajach i autobusach komunikacji miejskiej w Warszawie					
<b>OCENA *</b>					
Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.27d	Warszawska Opera Kameralna	Promocji w bezpłatnych dziennikach „METRO” i „ECHO MIASTA”	Kontynuacja współpracy przede wszystkim z dziennikiem METRO, który od lat jest naszym patronem medialnym. Gazety te zamieszczają zarówno informacje redakcyjne jak i reklamy	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę warszawską	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski w Warszawie (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesele Figaro”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Dziennik Metro i Echo Miasta oferuje nam opiekę redakcyjną jak również powierzchnię reklamową. Zakres promocji jest uzależniony od tego jak długo trwanie Festiwalu oraz od rangi wydarzeń					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.27e	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na portalu horyzontalnym INTERIA.PL, WP.PL lub ONET.PL	Od lat współpracujemy na zmianę z trzema największymi platformami internetowymi. Portale te oferują nam opiekę redakcyjną jak również mailingi i kampanie banerowe	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę krajową i międzynarodową	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły strażak”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Portale internetowe korzystając z nadesłanych przez nas materiałów wykonują zarówno działania redakcyjne jak również kampanie banerowe. Rozsyłany jest także mailing do ludzi, którzy wyrazili zainteresowanie otrzymaniem informacji dotyczących kultury. Liczba odbiorców „mailingu” To blisko 100.000 osób w przypadku współpracy z ONET.PL					
<b>OCENA *</b>					
Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
8.27f	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w rozgłośniach radiowych. Współpraca dotyczy działań promocyjnych oferowanych przez „Radio dla Ciebie”, „Radio Warszawa” oraz „Polskie Radio II”	Kontynuacja współpracy z RDC, które oprócz zapowiedzi redakcyjnych i zamieszczania informacji na stronie internetowej RDC oferuje także spoty radiowe. W roku 2012 przewidujemy promocję spotową w RADIU WARSZAWA, Ich ilość to od 20 do 100. Zależnie od czasu trwania Festiwalu. Program II PR oferuje zapowiedzi redakcyjne	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę krajową	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesele Figaro”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Od kilku lat „Radio Dla Ciebie” oferuje nam szeroką opiekę medialną emitując spoty i zapowiedzi redakcyjne. Program II PR reklamuje wydarzenia WOK zwykle w formie redakcyjnej. Podczas najważniejszych Festiwalu zamawiamy także emisje spotów na antenie PR II. W roku 2012 podejmiemy współpracę z Radio Warszawa</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.27g	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w czasopiśmie anglojęzycznych: The Visitor, In Your Pocket, The Warsaw Voice, The Visitor	Kontynuacja współpracy z czasopismami anglojęzycznymi, które od lat jest naszym patronem medialnym. Periodyki te zamieszczają zarówno informacje redakcyjne jak i reklamy	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę odbiorców anglojęzycznych i turystów	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
„In Your Pocket” i „The Visitor” oferuje nam oprócz zapowiedzi redakcyjnych także dwustronicową reklamę. Visitor także udziela nam powierzchni reklamowej					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.27h	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w sieci bankomatów CASH FOR YOU lub sieci EURONET	Kontynuacja współpracy z firmą oferującą reklamę w sieci bankomatów CASH FOR YOU lub siecią EURONET. Reklamy na ekranach bankomatów	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę warszawską	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W Warszawie jest ponad 800 bankomatów sieci EURONET. Podczas kampanii wyświetlane są nasze wizualizacje na ekranach bankomatów tej sieci					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.27i	Warszawska Opera Kameralna	Newsletter WOKu	Od ponad 3 lat regularnie rozsyłamy NEWSLETTER do naszych wiernych odbiorców, których liczba wynosi ponad 1000 osób	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych wśród osób które wyraziły zainteresowanie przedstawieniami i Festiwalami organizowanymi przez WOK	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Od ponad 2 lat regularnie rozsyłamy NEWSLETTER do naszych wiernych odbiorców, których liczba wynosi ok. 1000 osób. Teksty redagowane są we własnym zakresie, a newsletter otrzymują ludzie, którzy wyrazili chęć otrzymywania informacji o wydarzeniach realizowanych przez WOK					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w NEWSLETTERZE. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.27j	Warszawska Opera Kameralna	Koperty kulturalne POKA POKA	Kontynuacja współpracy z firmą POKA POKA rozsyłającą ok. 4000 kopert zawierającą przygotowane przez nas ulotki dotyczące repertuaru WOK	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych wśród osób które wyraziły zainteresowanie otrzymaniem kopert kulturalnych.	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły kochanek”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Firma POKAP OKA rozsyła „koperty kulturalne” zawierające ulotki o wydarzeniach promowanych przez instytucje kulturalne w Warszawie. Wśród tych materiałów jest także 4000 naszych ulotek zawierających informacje o zbliżających się wydarzeniach artystycznych organizowanych przez WOK					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.27k	Warszawska Opera Kameralna	Portal społeczności o wy FACEBOOK	Od ponad roku zamieszczamy informacje o wydarzeniach w WOK na portalu www.facebok.com	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych wśród osób które wyraziły zainteresowanie przedstawieniami i Festiwalami organizowanymi przez WOK	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Regularnie redagujemy i rozsyłamy newsletter					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.271	Warszawska Opera Kameralna	<p>www.tvn24.pl www.o2.pl www.maestro.net.pl www.interia.pl www.warszawa.studentnews.pl www.dlastudenta.pl www.wik.com.pl www.e-teatr.pl www.warszawa.naszemiasto.pl www.kamertonnet.republika.pl www.informia.pl www.022magazine.pl www.cojestgrane.pl www.teatry.art.pl www.echomiasta.pl www.9494.pl www.polmic.pl www.kulturaonline.pl www.wieszcodobre.pl www.festivalinfo.pl www.muzikanova.pl www.e-warszawa.com www.warszawa.pogodzinach.pl www.institut-teatralny.pl www.independent.pl www.warszawa.ngo.pl www.kulturalna.warszawa.pl www.kulturalnie.waw.pl www.warsawtour.pl www.widowiska.gdzieco.pl www.aktivist.pl www.o.pl www.kultura-sztuka.waw.pl www.sztuka.pl www.bedziesiedzialo.net</p>	Wymienione portale regularnie zapowiadają wydarzenia, które odbędą się w WOK	Reklama w internecie	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wolny strzelec”</p>

#### OPIS DZIAŁANIA

Portale internetowe poprzez umieszczanie informacji o WOK rozszerzają promocję naszej instytucji i informują o bieżących wydarzeniach

#### OCENA \*

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.271	Warszawska Opera Kameralna	Czasopisma: MANAGERS LIFE, WINGS, BUSINNES IN POLAND, WARSAW BUSINNES JOURNAL i wiele innych gazet lokalnych	Czasopisma zamieszczają reklamy, oraz zapowiedź imprez kulturalnych organizowanych przez WOK	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień w czasopismach ogólnopolskich o różnym profilu	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane są przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileńska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wymienione czasopisma poprzez umieszczenie informacji o WOK rozszerzają promocję naszej instytucji i informują o bieżących wydarzeniach.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze w czasopismach. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
8.27m	Warszawska Opera Kameralna	ELITE TOURS A-1210 Wien, Wagramer StraÙe 181	Reklama Festiwalu w biurze podró¿y w Austrii	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawieñ – poprzez zachęcanie turystów do odwiedzania WOK	<p>Ciąg dalszy Festiwalu Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 wrzeœnia 2011 r. - 25 marca 2012 r.)</p> <p>XXII Festiwal Mozartowski (16 czerwca 2012 r. – 25 lipca 2012 r.)</p> <p>Na 2012 r. planowane s¸ przedstawienia: C. Monteverdi „Orfeusz” S. Moniuszko „Halka wileñska” G. F. Haendel „Imeneo” G. Rossini „Il Barbieri di Siviglia” C. M. Weber „Wesoły krasnoludek”</p>

**OPIS DZIAŁANIA**

Zachęcanie klientów biura podró¿y i turystów do odwiedzania WOK

**OCENA \***

**Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodnoœci zaproponowanego działania z zało¿eniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. zwi¸zanych z realizacj¸ przedsi¸wzięcia, aby zachowa¸ spójnoœ¸ dziełań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodnoœci projektów materiałów zawieraj¸cych logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dost¸pne s¸ na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

**(9) Departament Edukacji Publicznej i Sportu**

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
9a	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Działania informacyjno-promocyjne inaugurujące wdrażanie projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2012/2013</i>	Przed działaniami: - strona internetowa projektu <a href="http://www.mazovia.pl/Edukacja_i_sport/Stypendia_dla_uczniow">www.mazovia.pl/Edukacja i sport/Stypendia dla uczniów</a> - Meritum-Mazowiecki Kwartalnik Edukacyjny - wywiady z uczestnikami projektu - Kronika Mazowiecka- wywiady z uczestnikami projektu - rozpropagowanie ulotek i plakatów promujących informacje o projekcie w szkołach na terenie Mazowsza- od maja 2012 r. - umieszczenie linku ze stroną internetową projektu i opracowanie aktualnych baz adresów e-mail szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, internatów i burs oraz powiatów i gmin - od maja 2012 r. W trakcie działań:	Zamierzeniem zaplanowanych działań informacyjno-promocyjnych jest przybliżenie wiedzy na temat projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych</i> i dotarcie do jak największej liczby uczniów	maj/czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działania informacyjno-promocyjne skierowane są do potencjalnych stypendystów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z obszaru Województwa Mazowieckiego. W działaniach informacyjno-promocyjnych wezmą udział Biuro Edukacji m. st. Warszawy, Oddziały Zamiejscowe Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych i Delegatury Mazowieckiego Kuratorium Oświaty, których celem będzie pomoc w rozpropagowaniu ulotek i plakatów dyrektorom szkół i innym placówkom oświatowym. Wsparcie organizacyjne udzielone przez Biuro Edukacji m. st. Warszawy, Oddziały Zamiejscowe MJWPU i Delegatury MKO znacząco przyczyni się do sprawnej realizacji projektu, a także do zniwelowania barier w dostępie do edukacji. Pracownicy DEPiS, przy współpracy MJWPU, będą prowadzić działania informacyjno-promocyjne również na V Forum Funduszy Europejskich. Uczniowie poprzez otrzymywanie stypendium będą mieli szansę na budowanie lepszego i godniejszego życia oraz wyrównywanie szans edukacyjnych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZS-11.2.2.2/KP)					
9b	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Publikacja wkładki tematycznej w sześciu tygodnikach mazowieckich, dotyczącej <i>Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2012/2013</i>	Przed publikacją: - konsultacje/współpraca z Biurem Prasowym UM - przygotowanie projektu dodatku tematycznego Publikacja: - wkładka tematyczna zawierająca szczegółowe informacje dotyczące: - procedury naboru do kolejnej edycji <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2012/2013</i> , - wywiady/opinie członków Zarządu Województwa Mazowieckiego, Dyrekcji Departamentu, - wywiady z uczniami stypendystami, nauczycielami-opiekunami, dyrekcją szkół Po publikacji: - informacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu	Promocja piątej edycji projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2012/2013</i>	maj/czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Publikowana wkładka w sześciu tygodnikach mazowieckich ma na celu poinformowanie opinii publicznej o możliwości ubiegania się o stypendium na podstawie zatwierdzonego przez Sejmik Województwa Mazowieckiego, Regulaminu przyznawania i przekazywania stypendiów dla uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych w Województwie Mazowieckim w roku szkolnym 2012/2013, w ramach projektu Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych. Dodatek tematyczny dotyczący stypendiów unijnych, który ukaże się w każdym z tygodników będzie miał za zadanie poinformowania o możliwościach ubiegania się o stypendium, będzie zawierał najważniejsze informacje o zasadach otrzymania stypendium, terminach składania wniosków stypendialnych, miejscu pozyskania niezbędnych dokumentów oraz promowania naboru wniosków stypendialnych na kolejny rok szkolny 2012/2013, a przede wszystkim umożliwi dotarcie z informacją na temat programu stypendialnego w ramach projektu systemowego Samorządu Województwa Mazowieckiego Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych do mieszkańców Mazowsza.</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11.2.2.2/KP)</p>					
9c	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	<p>Konferencja edukacyjna podsumowująca realizację projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych</i> w roku szkolnym 2011/2012, z realizacji najciekawszych Indywidualnych planów rozwoju edukacyjnego ucznia przez stypendystów.</p> <p>Uczestnicy: około 40 osób</p>	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wystosowanie pism do dyrekcji szkół z informacją o zaproszonych stypendystach i ich nauczycielach-opiekunach</li> <li>-informacja na stronie internetowej projektu <a href="http://www.mazovia.pl/Edukacja_i_sport/Stypendia_dla_uczniow">www.mazovia.pl/Edukacja i sport/Stypendia dla uczniów</a></li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych</i> na roll-upie</li> <li>- wręczenie listów gratulacyjnych stypendystom i ich nauczycielom-opiekunom</li> <li>- wręczenie materiałów edukacyjnych w ramach projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych</i></li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu i w lokalnych mediach</li> </ul>	<p>Wzmocnienie samooceny i aspiracji uczniów wyróżnionych, zwiększenie zaangażowania i motywacji uczniów w naukę, pogłębienie wiary we własne możliwości.</p>	<p>czerwiec 2012 r.</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konferencja edukacyjna skierowana jest do stypendystów i ich nauczycieli-opiekunów z terenu Mazowsza. W konferencji edukacyjnej wezmą udział stypendyści z 7 Wydziałów Mazowieckiego Samorządowego Centrum Doskonalenia Nauczycieli, nauczyciele-opiekunowie, Marszałek Województwa Mazowieckiego, Dyrekcja Departamentu Edukacji Publicznej i Sportu UMWM oraz pracownicy DEPiS. W ramach konferencji edukacyjnej zaplanowana jest prezentacja na temat projektu Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych oraz prezentacje najciekawszych projektów edukacyjnych z realizacji Indywidualnego planu rozwoju edukacyjnego ucznia, przygotowanych przez stypendystów. Konferencja edukacyjna jest również okazją do wymiany doświadczeń wśród osób zaangażowanych w realizację projektu. Na zakończenie konferencji edukacyjnej zaplanowane jest wręczenie listów gratulacyjnych i materiałów edukacyjnych stypendystom.</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-LL.2.2.2/KP).</p>					
9d	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Przeprowadzenie kampanii medialnej dotyczącej projektu systemowego Samorządu Województwa Mazowieckiego pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów</i> , realizowanego w ramach Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki; Działanie 8.2 Transfer Wiedzy; Poddziałanie 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji. Uczestnicy: osoby z terenu całego Mazowsza	<p>Przed kampanią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zawiadomienie o rozpoczęciu rekrutacji w ramach projektu, w tym o terminie składania wniosków zostanie udostępnione opinii publicznej w szczególności poprzez:</li> <li>1) skierowanie do władz uczelni lub innych placówek naukowych, mających siedzibę w Województwie Mazowieckim i uprawnionych do nadania stopnia naukowego doktora, pisemnej informacji wraz z materiałami promocyjnymi do rozpowszechnienia</li> <li>2) umieszczenie komunikatu na stronie www.mazovia.pl oraz na portalu tematycznym</li> <li>3) plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego</li> <li>- strona internetowa projektu - portal tematyczny pn. Stypendia i wsparcie towarzyszące dla doktorantów na Mazowszu</li> <li>- banner na stronie www.mazovia.pl z przekierowaniem na stronę projektu</li> </ul> <p>W trakcie kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- realizacja działań opisanych w poniżej tabeli</li> </ul> <p>Po kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronie projektu</li> </ul>	Rozpowszechnienie szczegółowych informacji o projekcie systemowym Samorządu Województwa Mazowieckiego pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów</i> , realizowanego w ramach Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki; Działanie 8.2 Transfer Wiedzy; Poddziałanie 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji.	kwiecień/maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Przeprowadzenie kampanii medialnej projektu systemowego uwzględnienia: a) umieszczenia ogłoszeń na stronach internetowych uczelni wyższych, bibliotek, instytucji naukowych z terenów Mazowsza, b) nagrania radiowego spotu reklamowego długości maksymalnie 30 sekund, c) wielokrotnej emisji spotu reklamowego w stacjach radiowych, w ciągu dwóch tygodni, łącznie 160 emisji; d) zamieszczenia po jednym ogłoszeniu w co najmniej 6 tygodnikach regionalnych na obszarze województwa mazowieckiego np. w Tygodniku Ciechanowskim, Tygodniku Płockim, Tygodniku Siedleckim, Życiu Żyrardowa i dodatkowo jednego ogłoszenia w dzienniku Metro, e) umieszczenia informacji o projekcie na co najmniej 1 dyskusyjnym forum internetowym przeznaczonym dla doktorantów, np. forum na www.gazeta.pl lub/i na portalu GoldenLine.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11-2.2.2/KP).</p>					
9e	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	<p>Publikacja wkładki tematycznej w sześciu Tygodnikach Mazowieckich, dotycząca projektu systemowego Samorządu Województwa Mazowieckiego pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów</i>, realizowanego w ramach Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki; Działanie 8.2 Transfer Wiedzy; Poddziałanie 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji.</p> <p>Uczestnicy: osoby z terenu całego Mazowsza</p>	<p>Przed publikacją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- konsultacje/współpraca z Biurem prasowym</li> <li>- przygotowanie projektu dodatku tematycznego</li> </ul> <p>Publikacja:</p> <p>Wkładka tematyczna zawierająca szczegółowe informacje dotyczące:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- procedury naboru do kolejnej edycji projektu pn. Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów w roku akademickim 2012/2013</li> <li>- wywiady/ opinie członków Zarządu Woj. Maz., Dyrekcji Departamentu</li> <li>- wywiady z doktorantami</li> </ul> <p>Po publikacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu</li> </ul>	Promocja II edycji programu stypendialnego dla doktorantów w roku akademickim 2012/2013	kwiecień/maj 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Ze względu na istotną rolę dodatków tematycznych w zakresie promocji ważnych wydarzeń, w szczególności związanych z promocją programów prowadzonych przy udziale środków unijnych, wkładka ma na celu informowanie opinii publicznej o realizacji przez Samorząd Województwa Mazowieckiego zadania mającego na celu pokonanie barier finansowych uniemożliwiających lub hamujących prowadzenie i finalizację przez doktorantów prac naukowo-badawczych oraz ich wdrażanie. Przyznanie w ramach projektu stypendiów oraz jednoczesne podjęcie działań o charakterze wsparcia towarzyszącego (np. szkolenia z zakresu komercjalizacji wiedzy), ma zachęcić doktorantów kształcących się na kierunkach uznanych za szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju województwa, określonych w Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza 2007-2015 do intensyfikacji współpracy ze światem przemysłu, w celu praktycznego zastosowania rozwiązań innowacyjnych (wynalazków). Realizacja projektu będzie miała również duże znaczenie w procesie budowy społeczeństwa opartego na wiedzy, a tym samym społeczeństwa informacyjnego. Wkładka zawierałaby najważniejsze informacje o możliwości i zasadach otrzymania stypendium, terminach składania Wniosków stypendialnych na rok akademicki 2012/2013 oraz miejscu pozyskania niezbędnych dokumentów.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11-2.2.2/KP).</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
9f	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Konferencja naukowa pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza</i> . Uczestnicy: około 200 osób, w tym 128 doktorantów oraz zaproszeni goście i pracownicy Zespołu.	Przed konferencją: - zaproszenia prasowe na stronie www.mazovia.pl - zaproszenia personalizowane – skierowane do 150 osób - strona internetowa projektu pn. Stypendia i wsparcie towarzyszące dla doktorantów na Mazowszu - banner na stronie www.mazovia.pl z przekserowaniem na stronę projektu. W trakcie konferencji: - ekspozycja tematycznego plakatu na roll-upie Po konferencji: - relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronie projektu i innych informacjach prasowych.	W ramach projektu stypendyści otrzymują wsparcie towarzyszące w postaci zapewnienia udziału w konferencji naukowej i szkoleniach dotyczących zasad współpracy pomiędzy sferą naukową a przemysłem na Mazowszu w zakresie badań i transferu nowoczesnych technologii.	grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Konferencja lokalna skierowana do 128 doktorantów - uczestników projektu pn. Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów (należy przez to rozumieć doktoranta, z którym zawarta została umowa o przekazywanie stypendium i udzielenie wsparcia towarzyszącego w ramach projektu). W konferencji w charakterze paneli weźmie udział Marszałek Województwa Mazowieckiego, przedstawiciel Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych oraz przedstawiciele Departamentu Edukacji Publicznej i Sportu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie.</p> <p>W ramach konferencji podczas 4-ro godzinnego spotkania zaplanowane jest wręczenie umów o przyznanie stypendium i udzielenie wsparcia towarzyszącego oraz wygłoszenie prelekcji zaproszonych gości. Konferencja ma także zachęcić uczestników do optymalizacji warunków do prowadzenia w latach akademickich 2011-13 przez doktorantów prac badawczych, które przyczynią się do wzrostu podaży nowoczesnych technologii i rozwiązań niezbędnych do podniesienia konkurencyjności i innowacyjności gospodarki Województwa Mazowieckiego.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11.2.2.2/KP).					
9g	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Portal tematyczny dostępny za pośrednictwem strony internetowej Samorządu Województwa Mazowieckiego www.mazovia.pl, pn. <i>Stypendia i wsparcie towarzyszące dla doktorantów na Mazowszu</i> . Uczestnicy: ogólnie dostępny, dedykowany w szczególności doktorantom.	Przed uruchomieniem portalu: - pisma wyrażające zgodę na umieszczenie portalu na stronie www.mazovia.pl; - powierzenie zadań związanych z obsługą portalu przez Zarząd Województwa Mazowieckiego; - przygotowanie przez Zespół opracowań merytorycznych do umieszczenia na portalu. W trakcie uruchomienia: - zawarcie stosownych umów na realizację zadań związanych z uruchomieniem; Po uruchomieniu: - administrowanie portalem.	Rozpowszechnienie szczegółowych informacji o projekcie systemowym Samorządu Województwa Mazowieckiego pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów</i> , realizowanego w ramach Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki; Działanie 8.2 Transfer Wiedzy; Poddziałanie 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji.	cały 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Portal od maja 2011 r. umieszczony jest w domenie internetowej Ośrodka Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów www.oeiizk.waw.pl jako poddomena www.doktoranci.oeiizk.waw.pl, co zapewnia wysoką wydajność działania (serwer Urzędu Marszałkowskiego WM w Warszawie nie jest w związku z tym dodatkowo obciążany). Wszelkie prace administracyjne nie wymagają absorbowania administratorów Urzędu, ponadto są wykonane w trybie natychmiastowym. Ośrodek posiada i wdraża „Politykę bezpieczeństwa” oraz „Instrukcję Zarządzania Systemem Informatycznym służącym do przetwarzania danych osobowych w Ośrodku Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów”, stanowiące załączniki do Zarządzenia Nr D/11/2010 z dnia 21 maja 2010 r. Dyrektora Ośrodka Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów, uwzględniając wymogi ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r., Nr 101, poz. 926, z późn. zm.), a w szczególności spełniając wymagania zawarte w art. 36-39 i art. 39a ww. ustawy oraz w rozporządzeniu z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie dokumentacji przetwarzania danych osobowych oraz warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urządzenia i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych (Dz.U. Nr 100, poz. 1024). DEPiS jest odpowiedzialny za przygotowanie wszelkiej dokumentacji, związanej z realizacją projektu, w tym informacji o bieżących oraz o planowanych działaniach, zamieszczanych na portalu, a także za zbieranie i przetwarzanie danych osobowych, zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm). Jednocześnie planuje się umieszczenie tematycznego baneru bezpośrednio na głównej stronie Samorządu Województwa Mazowieckiego. Portal obok funkcji informacyjno-promocyjnej umożliwia m.in. interaktywną komunikację z Wnioskodawcami. Służy także wypełnianiu on-line - rejestrowaniu Wniosków o przyznanie stypendium i udzielenie wsparcia towarzyszącego, przyjmowaniu aplikacji kandydatów na Ekspertów do prac w Komisji ds. wyboru uczestników projektu, składaniu przez stypendystów potwierżeń uczestnictwa w projekcie i aktualizacji danych, zawieranie umów, korespondencja e-mail a także składaniu sprawozdań dotyczących realizacji pracy naukowej. Zostały na nim upublicznione niezbędne dokumenty, formularze i informacje, ogłoszenia o realizowanym projekcie, jak również wyposażony został w system rejestracji danych statystycznych, w tym danych osobowych, dotyczących doktorantów ubiegających się o stypendium i wsparcie towarzyszące</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11.2.2.2/KP)</p>					
9h	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Działania informacyjno-promocyjne inaugurujące realizację projektu <i>"Dziecięca akademii przyszłości - wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów poprzez dodatkowe zajęcia rozwijające kompetencje kluczowe w szkołach podstawowych"</i>	<p>Przed działaniami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacje na temat projektu na stronie internetowej projektu</li> <li>- artykuły na temat projektu w Meritum - Mazowieckim Kwartalniku Edukacyjnym, Kronice Mazowieckiej oraz kwartalniku Mazowieckiej Jednostki Wdrażania programów Unijnych Fundusze Europejskie dla Mazowsza</li> </ul> <p>Działania w trakcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja projektowych roll-upów na konferencjach edukacyjnych realizowanych przez UMWM oraz instytucje współpracujące;</li> </ul> <p>Działania po:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie internetowej projektu</li> </ul>	Celem tych działań jest rozpowszechnienie informacji na temat projektu, żeby dotarła ona do jak największej liczby potencjalnych Beneficjentów.	kwiecień/sierpień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Celem działań informacyjno-promocyjnych jest dotarcie z informacją o projekcie do jak największej liczby potencjalnych beneficjentów. Działania w tym zakresie będą polegały m.in na napisaniu artykułów nt projektu do kilku czasopism a także przekazywanie informacji na jego temat potencjalnym Beneficjentom. Wsparcia organizacyjnego w tym zakresie udzieli Delegatura UMWM, Biuro Edukacji m.st Warszawy, MJWPU oraz inne instytucje współpracujące (m.in. FRSE)</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11.2.2.2/KP).</p>					
9i	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Przeprowadzenie kampanii medialnej (telewizyjnej i prasowej) dotyczącej projektu <i>"Dziecięca akademii przyszłości - wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów poprzez dodatkowe zajęcia rozwijające kompetencje kluczowe w szkołach podstawowych"</i>	<p>Przed kampanią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie spotów reklamujących projekt z użyciem elementów jednolitej polityki promocyjnej projektu ;</li> <li>- przygotowanie ogłoszeń o projekcie do prasy z użyciem elementów jednolitej polityki promocyjnej projektu</li> </ul> <p>W trakcie kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- emisja spotów w TV oraz ogłoszeń o projekcie w prasie</li> </ul> <p>Po kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu <a href="http://www.zagrajmy_mazovia.pl">www.zagrajmy_mazovia.pl</a></li> <li>Relacja w magazynach tematycznych.</li> </ul>	Celem kampanii jest rozpowszechnienie informacji o projekcie, żeby dotarła ona do jak największej liczby potencjalnych Beneficjentów oraz uczniów szkół podstawowych zainteresowanych podniesieniem swoich kompetencji kluczowych oraz uczestnictwem w projekcie.	marzec/czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Kampania medialna na na celu dotarcie z informacją o projekcie do jak największej liczby potencjalnych uczestników. W tym celu zostaną nagrane spoty reklamujące projekt oraz przygotowane ogłoszenia do prasy na temat rozpoczęcia rekrutacji do niego. Dalsze informacje na temat działań jakie należy podjąć będą dostępne na stronie internetowej projektu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5-11.2.2.2/KP).</p>					
<b>(9) Departament Edukacji Publicznej i Sportu</b>					
<b>(9.1) Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
9.1a	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Wydawnictwo Mazowieckiego Kwartalnika Edukacyjnego 'Meritum'	Kwartalnik rozpowszechniany jest poprzez: - sieć prenumeratorów (szkoły, placówki oświatowe oraz nauczycieli), - spółkę Kolporter S.A., - jako dodatek do szkoleń przeprowadzanych przez MSCDN, Informacje o kwartalniku znajdują się min. w: - informatorze o formach doskonalenia ( reklama na okładce ), - witrynach internetowych MSCDN (Siedziba Główna i Wydziały) Pismo dostępne jest również w wersji elektronicznej pod adresem: ( <a href="http://meritum.edu.pl">http://meritum.edu.pl</a> )	Propagowanie nowych koncepcji pedagogicznych, innowacyjnych rozwiązań programowych i metodycznych, aktualizacja prawa oświatowego, recenzje interesujących i przydatnych książek.	styczeń- grudzień 2012 r. MSCDN Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wydawany przez MSCDN od 2006r. periodyk „Meritum” ma charakter informacyjno-metodyczny. Powołany został w celu zapewnienia dyrektorom szkół i nauczycielom materiałów w zakresie doskonalenia ich pracy oraz sprawnego przepływu informacji. Koncepcja pisma oparta jest o temat wiodący prezentowany wieloaspektowo – od stanu badań w danej dziedzinie , poprzez dorobek nauczycieli i szkół, po praktyczne przykłady rozwiązań. Umożliwia to m.in. wykorzystywanie pisma jako pakietu edukacyjnego na szkoleniach organizowanych przez MSCDN. Zespół redakcyjny tworzą nauczyciele konsultanci Mazowieckiego Samorządowego Centrum Doskonalenia Nauczycieli oraz pracownicy Ośrodka Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów – współwydawcy periodyku.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.1b	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Festiwal nauki – w ramach projektu Systemowego „Mazowieckie Centra Talentu i Kariery” (komponenty: Młodzieżowa Akademia Umiejętności i Szkoły Startu do Kariery).	Przed przedsięwzięciem: - plakaty informacyjne skierowane do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych , - zaproszenia imienne do szkół oraz informacja o przedsięwzięciu na stronie internetowej MSCDN, - link do interaktywnego portalu strony MCTiK ( zawierającego m.in.: prezentacje osiągnięć uczniów, fora dyskusyjne, muzeum techniki i ciekawostek nauki ), - informacja w lokalnych stacjach radiowych. W trakcie przedsięwzięcia: - baner Festiwalu – w eksponowanym miejscu CTiK, - plakietki z logo projektu rozdawane uczniom, - ulotki reklamujące projekt MCTiK, - rollbanery Wydziałów MSCDN.	Celem konferencji jest propagowanie głównej idei projektu MCTiK – wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci i młodzieży w województwie mazowieckim.	styczeń- wrzesień 2012 r. Wydziały MSCDN: Ciechanów, Radom, Siedlce.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Festiwal jest częścią projektu systemowego MCTiK (Komponent MAU), wpisującym się w działanie wewnątrzregionalne. Festiwal będzie prezentacją dokonań zrealizowanych w Komponentie MAU; w tej części zaprezentują się uczestnicy projektu z poszczególnych grup przedmiotowych. Prezentacje multimedialne z dziedziny fizyki, chemii, matematyki połączone z ekspozycjami doświadczalnymi zaprezentują prowadzący MAU wykładowcy z Uniwersytetu Warszawskiego, Politechniki</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p style="text-align: center;"><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.1c	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Forum Mazowieckich Miłośników Matematyki	<p>Materiały z logo Mazowsza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne,</li> <li>- zaproszenia do szkół podstawowych, gimnazjum i ponadpodstawowych,</li> <li>- materiały dydaktyczne dla uczniów (na nośnikach Cd oraz w formie papierowej)</li> <li>- listy gratulacyjne dla wyróżniających się uczestników Forum (uczniów i ich opiekunów).</li> </ul> <p>Prezentacja działań Mazowsza na rzecz wspierania uczniów zdolnych.</p> <p>Fotoreportaże z Forum MMM na stronie internetowej Wydziału.</p> <p>Relacje w lokalnych mediach.</p>	<p>Upowszechnianie informacji o wspieraniu przez Marszałka Mazowsza uczniów uzdolnionych w zakresie nauk ścisłych:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stypendia dla uczniów,</li> <li>- opieka nad uczestnikami projektu Mazowieckie Talenty.</li> </ul>	styczeń - czerwiec 2012 r. MSCDN Radom
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Forum Mazowieckich Miłośników Matematyki skierowane jest do nauczycieli matematyki wszystkich typów szkół oraz uczniów realizujących projekt Mazowieckie Talenty. W ramach Forum zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja Mazowsza na rzecz wspierania uczniów zdolnych. Przedstawiony zostanie program i harmonogram zajęć warsztatowych dla uczniów uzdolnionych matematycznie. Przewidujemy 40 godzin dydaktycznych warsztatów dla uczniów uzdolnionych matematycznie. Zajęcia prowadzić będą wykładowcy z wyższych uczelni oraz nauczyciele konsultanci MSCDN.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p style="text-align: center;"><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
9.1d	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Projekt edukacyjny: "Szkoly dwujęzyczne Mazowsza" Uczestnicy: 150 nauczycieli z województwa mazowieckiego	Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego. Zaproszenie do dyrektorów szkół i nauczycieli szkół dwujęzycznych z terenu Mazowsza. Strona projektu na platformie Moodle. Strona internetowa projektu MSCDN z informacjami o projekcie „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza”. Informacja w lokalnych mediach i kwartalniku „Meritum”. Konferencja podsumowująca projekt - prezentacja zadań zrealizowanych w trakcie projektu. Broszura informacyjna zawierająca osiągnięcia poszczególnych placówek uczestniczących w projekcie oraz statystykę.	Upowszechnianie informacji o projekcie „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza” i promowanie idei dwujęzyczności.	2012r. MSCDN Warszawa - cykl warsztatów dla nauczycieli języka i przedmiotu uczących w szkołach dwujęzycznych. 2013 r. raport końcowy i jego publikacja.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Projekt edukacyjny „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza” ma na celu promowanie nauczania dwujęzyczności i idei CLIL (nauczane przedmiotowo – językowe). Działania szkół dwujęzycznych wychodzą naprzeciw europejskiej polityce językowej, która stawia na wielojęzyczność i wielokulturowość. MSCDN realizując projekt przyczyni się do wzmocnienia sieci szkół i upowszechniania zasad nauczania przedmiotowo – językowego. W ramach projektu zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny, warsztaty oraz prezentacja osiągnięć i raport końcowy z jego publikacją. Projekt ma także zachęcić uczestników do włączenia się do grona jednostek realizujących idee tego projektu. Jest to także forma wymiany doświadczeń. Projekt jest realizowany we współpracy ze szkołami dwujęzycznymi, Ogólnopolskim Stowarzyszeniem Dwujęzyczności „Bilinguis” oraz Ministerstwem Edukacji Narodowej.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u>					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
9.1e	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Konferencje inauguracyjne projekt systemowy: Mazowieccy Liderzy Nauczania Sukcesu - 6 konferencji. Konferencja dla określonych adresatów: 500 nauczycieli z 60 gimnazjów województwa mazowieckiego oraz zaproszeni goście, łącznie 600 osób	Zaproszenia skierowane do dyrektorów i tych nauczycieli, którzy zostali zakwalifikowani do projektu. Zaproszenia personalizowane do Delegatur KO, Wójtów, Burmistrzów wg zatwierdzonej listy Vipów. Plakaty i ulotki o projekcie. Informacja o konferencjach wraz z porządkiem dziennym na stronie internetowej projektu: <a href="http://www.mazowieccyliderzy.pl">www.mazowieccyliderzy.pl</a> Po konferencji: na stronie internetowej projektu: <a href="http://www.mazowieccyliderzy.pl">www.mazowieccyliderzy.pl</a> Krotka relacja o odbytych konferencjach. Umieszczenie materiałów pokonferencyjnych.	Upowszechnienie informacji o realizowanym projekcie systemowym Mazowieccy Liderzy Nauczania Sukcesu, jego celach, idei, zamierzonych efektach.	Wydział w Warszawie 7 lutego 2012 r. Wydział w Siedlcach 8 lutego 2012 r. Wydział w Płocku 9 lutego 2012 r. Wydział w Ciechanowie 15 lutego 2012 r. Wydział w Ostrołęce 16 lutego 2012 r. Wydział w Radomiu 17 lutego 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Konferencja Nauczyciel współtwórcą sukcesu ucznia jest pierwszym etapem merytorycznej realizacji projektu systemowego Mazowieccy Liderzy Nauczania Sukcesu. Skierowana jest do uczestników projektu – 500 nauczycieli z 60 gimnazjów małych miast i wsi województwa mazowieckiego oraz zaproszonych gości, którzy wspierali kierowników rejonowych w dokonywanej rekrutacji: przede wszystkim wójtów i burmistrzów. Celem konferencji jest wyjaśnienie istoty projektu oraz korzyści dla nauczycieli i szkoły z udziału w tym przedsięwzięciu. Ponadto konferencja wprowadza jej uczestników w tematykę projektu. Wykładem na temat: Nauczyciel jako współautor sukcesu życiowego ucznia rozpoczynamy część merytoryczną projektu. W ostatnim punkcie konferencji nastąpi prezentacja przykładów dobrych praktyk – realizacja treści podstawy programowej metodą projektu edukacyjnego – wystąpienia przedstawicieli szkół: - w skali mikro – na poziomie klasy, szkoły, - w skali makro – na poziomie miasta, gminy, powiatu</p> <p>Ma to zachęcić i przekonać uczestników projektu, że preferowana obowiązkowa metoda pracy, na którą kładzie się duży nacisk w Projekcie przynosi efekty w pracy dydaktyczno-wychowawczej nauczycieli, uczniów i szkoły.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.1f	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Projekt systemowy "Otwarte Przedszkola" - seminaria dla rodziców	Ulotka, gadżety promocyjne: teczka, bloczek/notes, długopis, informacja na stronie internetowej Projektu. Informacja-ogłoszenie dla rodziców w placówkach wychowania przedszkolnego biorących udział w projekcie. Informacje w prasie lokalnej placówek, które biorą udział w projekcie „OP” (bezpłatnie).	Wzrost upowszechnienia edukacji przedszkolnej poprzez wsparcie istniejących placówek wychowania przedszkolnego w małych miastach (do 10 tys. mieszkańców) i wsiach. Wspieranie potrzeb edukacyjnych i wychowawczych rodziców. Wzbogacenie oferty przedszkoli poprzez wdrażanie rozwiązań innowacyjnych.	luty-grudzień 2012 r. Wydziały MSCDN ( Siedlce, Mińsk – Maz. Ostrołęka, Płock, Ciechanów, Radom )
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Działania poprzedzające seminaria mają na celu rozpoznanie środowiska i potrzeb edukacyjnych rodziców, będą to m.in. spotkania, konsultacje i przeprowadzenie ankiety wśród rodziców. W wyniku tych działań zostanie opracowany program warsztatów wynikający z diagnozy potrzeb, z uwzględnieniem problematyki dotyczącej m.in. „postaw rodzicielskich” i „metod wspomagających rozwój dziecka”. Seminaria dla rodziców będą odbywały się w placówkach wychowania przedszkolnego biorących udział w projekcie „Otwarte Przedszkola”. Będzie to cykl 6 spotkań po 2 godziny dydaktyczne. Zajęcia będą realizowane przy współpracy z nauczycielami, trenerami, opiekunami naukowymi a także koordynatorami rejonowymi projektu. W ramach współpracy z rodzicami będą prowadzone również konsultacje indywidualne i zbiorowe, również w formie on-line. Opracowane i udostępnione zostaną materiały szkoleniowe dla rodziców - w formie „papierowej” i elektronicznej (na stronie projektu). W wyniku działań związanych z realizacją seminariów i konsultacji zostaną opracowane raporty związane z rozpoznawaniem potrzeb rodziców, programy seminariów dla rodziców biorących udział w projekcie a także pakiet materiałów edukacyjnych (w formie „papierowej” i elektronicznej z wykorzystaniem strony internetowej)</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
9.1g	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie	Projekt „Mazowiecka oświata w rękach obywateli”	Plakaty i ulotki informacyjne kierowane bezpośrednio do szkół. Listy do mazowieckich jednostek organizacyjnych oraz jednostek samorządu terytorialnego. Informacja na stronach internetowych organizatorów projektu. Informacje w mediach ogólnokrajowych, lokalnych i branżowych. W trakcie konferencji ekspozycja wizualnej marki Mazowsza. Opracowanie i wydanie materiałów pokonferencyjnych.	Wspieranie: - prowadzonej na rzecz szkół działalności rodziców, - rad rodziców i organizacji rodzicielskich. Poszerzenie aktywności obywatelskiej mieszkańców gmin, powiatów i regionu. Demokratyzacja mazowieckiej oświaty. Rozbudowa niezbędnego dla rozwoju kraju, kapitału społecznego.	od 2012 r. do końca 2013 r. na terenie województwa mazowieckiego ( Wydziały MSCDN: Ostrołęka, Radom, Siedlce, Płock, Warszawa, Ciechanów, Mińsk –Maz. )
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Szkoła to miejsce, w którym współpracują ze sobą wszystkie stany tworzące szkolną społeczność: nauczyciele, rodzice, uczniowie i pracownicy samorządowej administracji oświatowej. Doceniając wagę tego projektu PATRONAT HONOROWY przyjęli: Adam Struzik – Marszałek Województwa Mazowieckiego, Jacek Kozłowski – Wojewoda Mazowiecki, Karol Semik – Mazowiecki Kurator Oświaty, Andrzej Kosztowniak – Wiceprezes Związku Miast Polskich, Stanisław Jastrzębski – Członek Zarządu Związku Gmin Wiejskich RP, Ewa Tomaszewska – Radna Sejmiku Mazowieckiego. Zakłada się IV etapy realizacji: I. Akcja informacyjna na temat założeń i celów programu ( media ogólnokrajowe, lokalne i branżowe, listy do samorządów terytorialnych – gmin i powiatów Mazowsza – ulotki informacyjne do szkół ). II. Cykl konferencji na temat: „Miejsca i roli rodziców w samorządowej oświacie” obejmujących zasięgiem wszystkie gminy województwa mazowieckiego. Organizatorzy: Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli, Fundacja „Rodzice Szkole”, samorządy terytorialne.</p> <p>III. Szkolenia, warsztaty i seminaria dla przedstawicieli rad rodziców, dyrektorów szkół, nauczycieli, radnych samorządu terytorialnego i uczniów, poświęcone szeroko rozumianej tematyce uspołecznienia szkoły w tym : 1. Rada rodziców w szkole twojego dziecka ( jak założyć i prowadzić radę rodziców ). 2. Tworzymy program wychowawczy i profilaktyki dla naszej szkoły. 3. Prawa i obowiązki rodziców w świetle obowiązujących regulacji prawnych. 4. Samorząd uczniowski jako partner rady rodziców, rady pedagogicznej i dyrektora szkoły. 5. Rada rodziców – patron i partner samorządu uczniowskiego.</p> <p>IV. Konferencja podsumowująca realizację programu: Mazowiecka oświata w rękach obywateli. Opracowanie i wydanie materiałów pokonferencyjnych. Konferencja ma także zachęcić uczestników do włączenia się do grona jednostek realizujących cele i założenia projektu. Jest to także forma wymiany doświadczeń wśród realizujących projekt.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<b>(9) Departament Edukacji Publicznej i Sportu</b>					
<b>(9.2) Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie</b>					
9.2a	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Organizacja wizyty studyjnej „New media in education and professional development of librarians”	- Prezentacja multimedialna, ukazująca region, w którym organizowana jest wizyta studyjna dla bibliotekarzy - Zwiedzanie wybranych zabytków Warszawy i województwa mazowieckiego - Wizyty w wybranych bibliotekach w Warszawie - Opracowanie materiałów elektronicznych, zebranych w trakcie wizyty studyjnej - Przekazanie uczestnikom materiałów promocyjnych, dotyczących Mazowsza	- Prezentacja wybranych bibliotek w Warszawie, mająca na celu promocję wykorzystania nowoczesnych mediów w pracy bibliotekarzy - Odwołania do historii kraju i regionu w nawiązaniu do wybranych zabytków Warszawy - Dostarczenie informacyjnych i promocyjnych materiałów, zawierających odwołania do kultury, historii i dorobku regionu	14-18 maja 2012 r., Warszawa 1 lutego 2012 r. – 18 maja 2012 r., OEliZK

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Zwiedzanie wybranych bibliotek województwa mazowieckiego zaplanowane jest w programie wizyty studyjnej dla bibliotekarzy „New media in education and professional development of librarians”, która jest przygotowywana przez OEliZK i odbędzie się w dniach 14 - 18.05.2012 r. w Warszawie. Odwiedzający wybrane biblioteki zapoznają się z warunkami pracy i wyposażeniem poszczególnych placówek. Ponadto uczestnikom zostaną zaprezentowane najważniejsze działania na rzecz środowiska (regionu, województwa, kraju) promujące wykorzystanie nowych mediów w edukacji bibliotekarzy i ich pracy. W programie przewidziano wizyty w następujących placówkach: Biblioteka Narodowa, Wojewódzka Biblioteka Pedagogiczna im. KEN, Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, Mediateka START-META oraz biblioteka XXI Liceum Ogólnokształcącego im. Hugona Kołłątaja w Warszawie.</p> <p>Dodatkowym elementem wizyty zagranicznych gości jest zwiedzanie wybranych zabytków i miejsc kultury - Zamku Królewskiego, Łazienek Królewskich, Starego Miasta oraz Muzeum F. Chopina. Przed wizytą uczestnicy otrzymają także elektroniczne materiały promujące OEliZK, Mazowsze i Polskę, które udostępnione będą na blogu wizyty studyjnej.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.2b	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Promocja OEliZK w Internecie	Profil na YouTube, nagrania filmowe	- Promocja działalności OEliZK, jako placówki doskonalenia nauczycieli prowadzonej przez Samorząd Województwa Mazowieckiego - Promocja działań podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na rzecz uzdolnionej młodzieży i dzieci	działania podejmowane przez cały 2012 r., OEliZK w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie polega na założeniu profilu instytucjonalnego OEliZK w serwisie YouTube i zamieszczanie w nim krótkich filmów promujących działalność Ośrodka, nagrań wykładów z konferencji, spotkań metodycznych, przykładów zastosowania technologii informacyjnej w nauczaniu, filmów ukazujących przykłady wsparcia uzdolnionej informatycznie młodzieży: finały konkursów informatycznych, projekty edukacyjne, warsztaty olimpijskie itp. Działania te, ze względu na swój zasięg informacyjny, mają charakter promocji województwa mazowieckiego w kraju i za granicą.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
9.2c	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Konferencja komputerowej grupy zainteresowań Międzynarodowego Stowarzyszenia Nauczycieli Języka Angielskiego w Polsce IATEFL PL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wysyłka zaproszeń poprzez e-mail do członków Stowarzyszenia zrzeszonych w grupie komputerowej</li> <li>- Informacja na ogólnopolskiej stronie internetowej Stowarzyszenia</li> <li>- Pokaz użycia blogów w nauczaniu języka angielskiego jako możliwości prezentacji kultury kraju i regionu, w szczególności Mazowsza</li> <li>- Relacja w czasopiśmie Stowarzyszenia</li> </ul>	- Doskonalenie nauczycieli w możliwościach wspomaganej komputerowo budowania świadomości kulturowej uczniów i kształcenia umiejętności promowania kultury kraju i regionu w językach obcych	marzec 2012 r., OEiZK, Warszawa, ul Nowogrodzka 73
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja krajowa z udziałem nauczycieli języka angielskiego. W ramach konferencji odbędzie się pokaz dobrych praktyk – wykorzystania blogów w nauczaniu języka angielskiego oraz w komunikacji internetowej w języku obcym, a także do budowania świadomości kulturowej uczniów i umiejętności prezentowania kultury regionu i kraju w kontaktach obcojęzycznych. Po prezentacji odbędzie się dyskusja wśród uczestników i zaproszonych gości.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.2d	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Konferencja dla nauczycieli przedmiotów przyrodniczych: „Zastosowanie nowoczesnych technologii w nauczaniu przedmiotów przyrodniczych”	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacje na stronach internetowych OEiZK i MSCDN – Wydział Mińsk Mazowiecki</li> </ul> <p>W czasie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bannery placówek, zawierające znaki Mazowsza</li> <li>- Materiały informacyjne dla nauczycieli, w tym oferta szkoleń OEiZK</li> <li>- Kwartalnik MERITUM oraz informator o oświacie mazowieckiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentacja przykładowych projektów edukacyjnych realizowanych w województwie mazowieckim, mających na celu poprawę jakości kształcenia w szkołach Mazowsza poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii</li> <li>- Przedstawienie nauczycielom przedmiotów przyrodniczych innowacyjnych metod nauczania z zastosowaniem TIK i rozpowszechnianie rezultatów międzynarodowego projektu ICT for IST koordynowanego przez Ośrodek</li> </ul>	27 lutego 2012 r., Mińsk Mazowiecki, ul. Budowlana 4
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Jest to konferencja wewnątrzregionalna organizowana przez OEiZK wspólnie z Wydziałem MSCDN znajdującym się w Mińsku Mazowieckim. W konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne: „Rola pomiarów wspomaganych komputerowo i modelowania w nowoczesnym nauczaniu fizyki”, „Jak technologia informacyjna pomaga zrozumieć chemię?”, „Zastosowanie GIS w nauczaniu geografii”, przygotowane przez nauczycieli konsultantów oraz wystąpienie przedstawiciela portalu Scholaris. Dzięki konferencji nauczyciele przedmiotów przyrodniczych będą mogli otrzymać przykładowe materiały, wypracowane podczas realizacji projektu ICT for IST, które przyczynią się do podniesienia poziomu kształcenia w województwie mazowieckim w zakresie przedmiotów ścisłych.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
9.2e	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Realizacja projektu partnerskiej współpracy międzynarodowej w ramach Akcji Grundtvig programu „Uczenie się przez całe życie”	- Prezentacja multimedialna o Polsce, regionie Mazowsza, OEIIZK; - przekazanie folderów turystycznych - wycieczka po Warszawie	- Promocja działań związanych z edukacją cyfrową dorosłych w regionie Mazowsza	listopad 2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Realizacja projektu partnerskiego Akcji Grundtvig: „Cyfrowe umiejętności dorosłych” – analiza wyników badań, wzajemna wymiana doświadczeń, wizyty w placówkach edukacji dorosłych, opracowanie prezentacji, wydanie wspólnej broszury; zwiedzanie Warszawy. Realizacja będzie możliwa w przypadku uzyskania grantu z Agencji Narodowej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
9.2f	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Realizacja projektu partnerskiej współpracy międzynarodowej w ramach Akcji Leonardo da Vinci programu „Uczenie się przez całe życie”	- Prezentacja multimedialna o Polsce, regionie Mazowsza, OEIIZK; - przekazanie folderów turystycznych - wycieczka po Warszawie	- Promocja działań związanych z edukacją międzykulturową na różnych etapach kształcenia w regionie Mazowsza	grudzień 2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Realizacja projektu partnerskiego Akcji Leonardo da Vinci: „TIK w edukacji międzykulturowej” – analiza wyników badań, wzajemna wymiana doświadczeń, wizyty w placówkach edukacyjnych, opracowanie prezentacji, wydanie wspólnej broszury; zwiedzanie Warszawy. Realizacja będzie możliwa w przypadku uzyskania grantu z Agencji Narodowej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.2g	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Zorganizowanie Warsztatów międzynarodowych w ramach Akcji Grundtvig programu „Uczenie się przez całe życie”	- Umieszczenie informacji o miejscu organizowania warsztatów - Warszawie, w katalogu międzynarodowych warsztatów Grundtvig	- Promocja działań związanych z uczeniem się w środowisku wielonarodowym na terenie Mazowsza	wrzesień – grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Umieszczenie informacji o warsztatach w międzynarodowym katalogu Warsztatów Grundtvig – upowszechnianie informacji o organizowaniu warsztatów (realizacja w kwietniu 2013 roku).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.2h	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Konferencje metodyczne dla nauczycieli	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nauczyciele są zawiadamiani ogłoszeniem na papierze firmowym OEliZK, które ma logo i wszystkie dane Mazowsza</li> </ul> <p>W czasie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentowane są banery, zawierające znaki Mazowsza</li> <li>- Rozdawane są ulotki reklamowe i materiały reklamowe, zawierające znaki Mazowszakonferencji:</li> <li>- Nauczyciele otrzymują potwierdzenie udziału w konferencji na papierze firmowym z logo i danymi Mazowsza</li> </ul>	- Rozpowszechnienie informacji, że OEliZK jest placówką doskonalenia nauczycieli prowadzoną przez Samorząd Województwa Mazowieckiego - Rozpowszechnianie informacji o mazowieckich projektach realizowanych przez OEliZK	15-16 lutego 2012 r. - 2 konferencje dla nauczycieli zajęć komputerowych i informatyki wszystkich typów szkół, OEliZK. Konferencja z wydawnictwami – dokładny termin nie ustalony, I półrocze 2012 r. roku wrzesień 2012 r. - konferencje jesienne dla nauczycieli
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencje skierowane do nauczycieli szkół województwa mazowieckiego, w konferencjach wystąpią najwyższej klasy profesjonalści związani z wprowadzaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych do edukacji. Również wybrani, wybitni nauczyciele informatyki i technologii informacyjnej podzielą się swoimi sposobami na efektywne uczenie przedmiotów informatycznych w szkołach Mazowsza. Nauczyciele wezmą też udział w krótkich warsztatach pokazujących najnowsze zdobycze informatyki i ich zastosowanie w edukacji.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
9.2i	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	XI Zjazd Szkolnych Opiekunów Pracowni Internetowych w Mrozach	<p>Przed Zjazdem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marszałek Województwa Mazowieckiego zostanie poproszony o objęcie Zjazdu patronatem honorowym (zgodnie z tradycjami)</li> <li>- Prowadzenie strony internetowej Zjazdu, na której są odniesienia do instytucji mazowieckich, organizujących spotkanie</li> </ul> <p>W czasie Zjazdu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Spotkania z przedstawicielami władz samorządowych i administracyjnych województwa mazowieckiego</li> <li>- Spotkania z firmami komputerowymi i edukacyjnymi działającymi na terenie województwa mazowieckiego</li> <li>- Prezentowane są bannery instytucji, zawierające znaki Mazowsza</li> <li>- Imprezy kulturalne, przygotowane przez organizatorów, jak: występy regionalnych grup teatralnych, chórów, działających na terenie Gminy Mrozy</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nauczyciele otrzymują potwierdzenie udziału w Zjeździe na papierze firmowym z logo i danymi Mazowsza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rozpowszechnienie informacji na temat działań edukacyjnych z zakresu nowoczesnych technologii podejmowanych w województwie mazowieckim</li> <li>- Rozpowszechnianie informacji o mazowieckich projektach realizowanych przez instytucje oświatowe</li> <li>- Rozpowszechnianie działań, podejmowanych w województwie mazowieckim, mających na celu wsparcie placówek oświatowych we wdrażaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych</li> </ul>	25, 26, 27 maja 2012 r., Mrozy
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Zjazdy skierowane są do nauczycieli – opiekunów szkolnych pracowni komputerowych z całego kraju. W Zjeździe biorą udział najwyższej klasy specjaliści związani z wprowadzaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych do edukacji. Uczestnicy biorą również udział w warsztatach pokazujących najnowsze zdobycze informatyki i ich zastosowanie w edukacji. Zjazdy cieszą się niezwykłą popularnością, co roku, tradycyjnie, uczestniczą w nich również goście zagraniczni. Impreza stwarza wiele sposobności do promowania Mazowsza i dorobku regionu w różnych dziedzinach.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>(10) Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego</b>					
<b>(10.1) Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie</b>					
10.1a	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	IX Mazowieckie Forum Partnerstwa Lokalnego Uczestnicy: 120 osób związanych z publicznymi służbami zatrudnienia, instytucjami rynku pracy i partnerzy społeczni	- umieszczenie informacji o konferencji na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> - zaproszenia skierowane do ok. 250 osób zawierające logo Marki Mazowsze ekspozycja SIW MM na banerach i materiałach konferencyjnych - relacja na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> oraz w Biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy”	Omówienie z partnerami rynku pracy aktualnych zagadnień związanych z regionem.	6-7 września 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja wewnątrzregionalna skierowana do przedstawicieli publicznych służb zatrudnienia, instytucji rynku pracy i partnerów społecznych. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje i wystąpienia merytoryczne. Tematyka konferencji jest dostosowana corocznie do aktualnych zagadnień związanych z rynkiem pracy i ustalana jest w II kwartale roku.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1b	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Seminarium organizowane wspólnie z Biurem Karier Uniwersytetu Warszawskiego Uczestnicy: 60 osób związanych z Mazowiecką Siecią Biur Karier oraz uczelniami wyższymi na Mazowszu	- zaproszenia skierowane do ok.120 osób zawierające logo Marki trakcie konferencji: - ekspozycja SIW MM na banerach i materiałach konferencyjnych Po konferencji: - relacja na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> oraz w Biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy”	Omówienie z przedstawicielami ABK aktualnych zagadnień związanych z rynkiem pracy.	listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja wewnątrzregionalna skierowana do przedstawicieli biur karier zrzeszonych w Mazowieckiej Siecią Biur Karier oraz uczelni wyższych z terenu Mazowsza. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje i wystąpienia merytoryczne. Tematyka konferencji jest dostosowana corocznie do aktualnych zagadnień związanych z rynkiem pracy i ustalana jest w III kwartale roku.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1c	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Spotkania informacyjne oraz dotyczące wprowadzania danych z przedsiębiorcami w subregionach w ramach projektu „Mazowiecki barometr – skuteczne narzędzie prognostyczne”. Dotyczy przedsiębiorców z Mazowsza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spotkania w subregionach będą organizowane przy współpracy z działającymi organizacjami pracodawców i przedsiębiorców.</li> <li>- Zaproszenia personalizowane</li> <li>- Informacja na stronie MORP, WUP w Warszawie.</li> <li>- Informacja w broszurach MORP</li> </ul>	Głównym celem będzie informacja na temat możliwości wykorzystania e-barometru, sposobu rejestracji na platformie oraz metod korzystania z niej.	spotkania będą realizowane przez cały rok z naciskiem na I i II kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>W spotkaniach wezmą udział przedstawiciele MORP i lokalni przedsiębiorcy. Spotkanie będą poprzedzone zaproszeniami i informacją mailową do przedsiębiorców oraz do organizacji pracodawców i przedsiębiorców. Spotkania mają zachęcić do wykorzystania e-barometru jako narzędzia informacyjnego, umożliwiającego mazowieckim przedsiębiorcom ocenę sytuacji ich firmy w kontekście zmian gospodarczych. Dzięki tak szerokiemu kontekstowi będzie możliwa ocena sytuacji przedsiębiorstwa i wypracowanie systemu szybkiego reagowania na zmiany.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1d	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Kampania Informacyjno – Promocyjna wykorzystująca zróżnicowane formy dotarcia w ramach projektu „Mazowiecki barometr – skuteczne narzędzie prognostyczne”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- broszura informacyjna</li> <li>- bannery</li> <li>- informacja na stronie MORP, WUP i portalach internetowych</li> <li>- reklama w mediach</li> <li>- udział opiekunów merytorycznych w wystąpieniach prasowych</li> <li>- promocja z wykorzystaniem powierzchni reklamowej np. komunikacji miejskiej.</li> <li>- artykuły sponsorowane w prasie</li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o platformie Mazowiecki Barometr dostępnym na stronie internetowej jako narzędzia skutecznego i prostego w użyciu.	uruchomienie zintegrowanej platformy IT - II kwartał 2012 r. roku z możliwością jej rozbudowania.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Kluczowym warunkiem wdrożenia Mazowieckiego Barometru na Mazowszu jest przekonanie, że jest to narzędzie skuteczne i proste w obsłudze. W związku z tym jednym z najistotniejszych zadań w projekcie będzie szeroko zakrojona akcja promocyjno – informacyjna. Oparta będzie ona będzie na zróżnicowanych kanałach dotarcia do przedsiębiorców z uwzględnieniem specyfiki grupy, jednocześnie zgodna ze Strategią Promocji MORP. Na kampanię medialną złożą się głównie reklamy w Internecie (portale branżowe) oraz artykuły w prasie o zasięgu lokalnym i regionalnym. Dla podjęcia bezpośredniej współpracy z przedsiębiorcami zostaną zorganizowane spotkania w subregionach. Jednym z istotnych celów kampanii jest podjęcie współpracy również z organizacjami zrzeszającymi pracodawców. Na stronie internetowej będą umieszczane wszelkie informacje dotyczące MB.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1e	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Aktualizacja mapy SZ	- aktualizacja mapy o nowe dane w ramach przeprowadzonym badań dotyczące SZ - informacje o działalności szkół zawodowych uzupełnianie przez zainteresowane podmioty	Promocja SZ w społeczeństwie podczas realizacji projektu.	począwszy od II kwartału 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Aktualizacja mapy SZ zostanie zlecona firmie informatycznej. Nadzór nad prawidłowym działaniem mapy SZ będzie sprawował administrator serwisu we współpracy z zespołem projektowym oraz opiekunami merytorycznymi.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1f	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Opracowanie przewodnika SZ dla kandydatów i absolwentów	- opracowanie przewodnika w formie elektronicznej i papierowej - druk przewodnika - dystrybucja w szkołach - udostępnienie przewodnika na stronie MORP oraz na stronach internetowych szkół zawodowych	Promocja SZ w społeczeństwie podczas realizacji projektu oraz pomoc przyszłym i obecnym absolwentów w podjęciu i kontynuacji ścieżki zawodowej	II kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Przewodnik ma za zadanie pełnić rolę informacyjną dla osób zainteresowanych wyborem SZ i dla osób, które już w nim uczestniczą. Będzie wskazywał możliwości i rolę doradztwa zawodowego, sposób podejmowania praktyk zawodowych jak prowadzić rozmowę kwalifikacyjną, jak oceniać popularność i perspektywy zatrudnienia i zarobków w danym zawodzie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1g	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Organizacja I Mazowieckiego Konkursu SZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ogłoszenie konkursu na stronie internetowej MORP, WUP, szkół zawodowych.</li> <li>- Powołanie komisji konkursowej</li> <li>- ogłoszenie prasowe i na portalach społecznościowych</li> <li>- uroczyste zakończenie konkursu i wręczenie nagród</li> </ul>	Promocja SZ w społeczeństwie podczas realizacji projektu.	III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W 2012 roku zostanie zorganizowany I Mazowiecki Konkurs wśród uczniów szkół zawodowych. Przewidziane nagrody wiążą się ściśle z SZ i mają charakter edukacyjny. Przewidziane jest wystosowanie prośby do Marszałka Województwa Mazowieckiego o patronat nad konkursem.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1h	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Opracowanie i zakup materiałów promocyjnych oraz pozycji książkowych, czasopism do biblioteki MORP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- broszury</li> <li>- gadżety</li> <li>- publikacje,</li> <li>- książki</li> <li>- czasopisma</li> </ul>	Promocja SZ w społeczeństwie podczas realizacji projektu oraz pośród szkół zawodowych lub instytucji związanych ze szkolnictwem zawodowym.	przez cały okres realizacji projektu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Powyższe działanie ma na celu promocję Szkolnictwa zawodowego wśród społeczeństwa jako jednego z najistotniejszych zadań w projekcie (upowszechnianie rezultatów, idei i problematyki projektu, informowanie o postępach realizacji działań merytorycznych, korzystania z platformy komunikacyjnej i mapy SZ). Materiały promocyjne i reklamowe zostały dobrane w taki sposób, aby zapewniały równocześnie promocję projektu i Mazowieckiego Obserwatorium Rynku Pracy. Zakup publikacji do biblioteki będzie konsultowany z opiekunami merytorycznymi oraz ekspertami Rady Programowej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowszew materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1i	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Spotkania informacyjne ze szkołami zawodowymi w ramach projektu „Szkolnictwo zawodowe. Kondycja – Potencjał – Potrzeby II”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia personalizowane</li> <li>- informacje na stronie MORP</li> <li>- informacja w biuletynie MORP</li> <li>- zaproszenie telefoniczne</li> </ul>	Cykl spotkań z przedstawicielami szkół zawodowych zapoczątkowany w 2011 roku. Efektem spotkań jest promocja SZ, programów rozwojowych, rozpowszechnianie dobrych praktyk w szkołach, a w końcowym rezultacie bezpośredniej współpracy z MORP.	przez cały okres realizacji projektu
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Spotkania realizowane w subregionach z lokalnymi przedstawicielami szkół zawodowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1j	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Współpraca międzynarodowa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pozyskane wyniki /informacje z wizyty będą bardzo pomocne w modelowaniu współpracy mazowieckich przedsiębiorców ze szkołami w zakresie nauki praktycznej zawodu.</li> <li>- promocja MORP/WUP (informacje o działalności MORP, streszczenia raportów w j. angielskim)</li> <li>- nawiązanie formalnej współpracy</li> </ul>	Spotkanie współorganizowane z fundacją Norden Centrum w celu uzyskania przydatnych informacji, dobrych praktyk w zakresie podejmowania współpracy z przedsiębiorcami,	II kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wizyta w instytucji szkolnictwa zawodowego, organizującej z pracodawcami praktyki i staże zawodowe. Współorganizatorem jest fundacja NORDEN CENTRUM-pozarządowy ośrodek badawczo-edukacyjny. Fundacja aktywnie współpracuje z polskimi i zagranicznymi - w tym zwłaszcza skandynawskimi - partnerami: placówkami naukowo-badawczymi i akademickimi; instytucjami administracji publicznej, przedsiębiorstwami; organizacjami pozarządowymi w zakresie popularyzacji występujących konkretnych rozwiązań praktycznych (best practices) w polityce społecznej i edukacyjnej, jako elementów nordyckiego modelu rozwoju i strategii reformatorskich. Fundacja w ramach współpracy z MORP zorganizuje w jednym z państw skandynawskich spotkania z instytucjami SZ (zapoznanie się z modelem nauki) i co najważniejsze z przedsiębiorcami, którzy aktywnie uczestniczą w systemie SZ.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1k	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Targi Pracy i Przedsiębiorczości organizowane we współudziale z Urzędem Pracy m.st. Warszawy	- Plakaty informacyjne zamieszczone w prasie lokalnej, w środkach transportu, w siedzibach partnerów rynku pracy - strona internetowa WUP i Urzędu Pracy m.st. Warszawy - ekspozycja materiałów informacyjnych na stoisku wystawienniczym	Wspieranie osób zainteresowanych założeniem działalności gospodarczej	wrzesień–październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Targi Pracy i Przedsiębiorczości skierowane są do osób zainteresowanych założeniem własnego biznesu. W trakcie targów odbędzie się prezentacja ofert pracy, prelekcje na temat zakładania działalności gospodarczej, rozmowy z doradcami zawodowymi na temat jak skutecznie zaplanować swój biznes i karierę zawodową.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.11	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Dzień Informacyjny Europejskich Służb Zatrudnienia EURES	- plakaty informacyjne zamieszczone w prasie lokalnej, w siedzibach partnerów rynku pracy - strona internetowa WUP - ekspozycja materiałów informacyjnych na stoisku wystawienniczym	Informowanie zainteresowanych osób o warunkach życia i pracy w wybranych krajach UE/EOG, pomoc osobom poszukującym pracy w znalezieniu zatrudnienia w kraju i za granicą oraz przybliżenie zasad i celów działalności EURES osobom poszukującym pracy	II kwartał 2012r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wojewódzki Urząd Pracy planuje zorganizowanie Dnia Informacyjnego EURES w drugim kwartale 2012 r. nt. zasad funkcjonowania sieci EURES, warunków życia i pracy w krajach EOG, możliwości podejmowania pracy w tych krajach. Do udziału w przedsięwzięciu planuje się zaprosić przedstawicieli ze wszystkich zainteresowanych krajów UE/EOG (doradców EURES), którzy będą informowali o warunkach życia i pracy w poszczególnych krajach.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1h	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Podejmowanie działań związanych z popularyzacją wymogów związanych z prowadzeniem agencji zatrudnienia i zasadami wpisu do rejestru agencji zatrudnienia oraz udzielanie zainteresowanym, osobom bezrobotnym lub poszukującym pracy informacji o rodzajach i działalności agencji zatrudnienia	Szkolenia i spotkania z osobami prowadzącymi agencje zatrudnienia lub zainteresowanymi prowadzeniem agencji zatrudnienia, przekazywanie informacji w formie elektronicznej i papierowej, rozprowadzanie ulotek związanych z rejestrem agencji zatrudnienia i prowadzeniem usług w zakresie agencji zatrudnienia, strona internetowa: <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> zakładka: Nasze usługi/Rejestr Agencji Zatrudnienia	Popularyzacja wymogów związanych z prowadzeniem agencji zatrudnienia i zasadami wpisu do rejestru agencji zatrudnienia oraz upowszechnianie informacji o rodzajach i działalności agencji zatrudnienia, a przez to przyczynianie się do zwiększenia ochrony i bezpieczeństwa osób będących klientami agencji zatrudnienia oraz do eliminowania przypadków nieprzestrzegania prawa przez agencje zatrudnienia.	2012 r., Warszawa
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Przekazywanie w bieżącej pracy w formie ustnej, elektronicznie, w formie papierowej informacji osobom prowadzącym agencje zatrudnienia lub zainteresowanym prowadzeniem takich agencji, a także osobom bezrobotnym lub poszukującym pracy. Podczas spotkań z takimi osobami oraz w czasie Dni Otwartych Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie będą dodatkowo rozprowadzane ulotki związane z rejestrem agencji zatrudnienia lub prowadzeniem usług w zakresie agencji zatrudnienia. Przeprowadzenie szkolenia dla agencji zatrudnienia lub członków stowarzyszeń zrzeszających agencje zatrudnienia z terenu województwa mazowieckiego w zakresie wypełniania informacji rocznych o działalności agencji zatrudnienia. Na szkoleniu zostaną omówione w szczególności najczęściej popełniane błędy występujące w składanych informacjach rocznych o działalności agencji zatrudnienia, omówione zasady poprawnego wypełniania takich informacji oraz zostaną udzielone odpowiedzi na postawione przez uczestników pytania.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1m	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Współdziałanie z powiatowymi urzędami pracy na terenie województwa mazowieckiego oraz Okręgową Inspekcją Pracy w Warszawie	- ulotki informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego a w szczególności w powiatowych urzędach pracy oraz inspektoratach pracy	Rozpowszechnianie informacji o działalności Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych i jego celach	praca ciągła
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Współpraca z powyższymi instytucjami, które mają bezpośredni kontakt z osobami, którym pracodawca zalega z wypłatą świadczeń pracowniczych, mają na celu przybliżenie przepisów i przedstawienie możliwości skorzystania z instytucji ochrony roszczeń pracowniczych przez pracowników niewypłacalnego pracodawcy.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1n	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Wydawanie Biuletynu "Mazowiecki Rynek Pracy"	Publikacja artykułów na 4 stronach Biuletynu poświęconych wdrażaniu i bieżącym informacjom nt. EFS - w szczególności Priorytetowi VI PO KL raz na dwa miesiące.	Rozpowszechnianie informacji o wdrażaniu i wydarzeniach w szczególności nt. Priorytetu VI PO KL i EFS wśród różnego typu instytucji na Mazowszu celem zapoznania społeczeństwa z tematyką funduszy unijnych, w szczególności Działania 6.1 PO KL.	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Redagowanie tekstów do Biuletynu ukazuje najważniejsze i najciekawsze informacje z obszaru funduszy unijnych, w szczególności dotyczących Działania 6.1 PO KL. Dystrybucja Biuletynu w Punkcie Informacyjnym, rozpowszechnianie go wśród innych instytucji na Mazowszu oraz podczas różnego rodzaju imprez plenarnych, ma na celu ukazanie ludziom zarówno korzyści oraz możliwości, jakie płyną ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, jak i popularyzację wiedzy o funduszach unijnych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1o	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Materiały wydawnicze: Album "Dobre praktyki EFS" – Działanie 6.1 PO KL.	- dystrybucja albumów wśród Beneficjentów bądź potencjalnych Beneficjentów PO KL, jak i w innych Instytucjach Wdrażających oraz podczas imprez plenarnych.	Rozpowszechnianie wśród społeczeństwa informacji dotyczących funduszy unijnych, w szczególności Działania 6.1 PO KL.	styczeń – grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wydanie albumu dotyczącego najciekawszych projektów realizowanych w ramach Działania 6.1 PO KL to promowanie oraz rozpowszechnianie informacji o korzyściach płynących z wykorzystania środków unijnych. Ponadto dystrybucja wydanego albumu przez Urząd to także jedna z form promocji Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie. Album "Dobre praktyki EFS" ma ukazać jak Beneficjenci WUP w Warszawie sprawnie realizują projekty i jakie możliwości stwarzają one osobom znajdującym się w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1p	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Materiały wydawnicze: „Album prezentujący prace laureatów III edycji konkursu na najlepszy komiks”	- dystrybucja albumów wśród Beneficjentów bądź potencjalnych Beneficjentów PO KL, jak i w innych Instytucjach Wdrażających oraz podczas imprez plenarnych.	Rozpowszechnianie wśród społeczeństwa informacji dotyczących funduszy unijnych, w szczególności Działania 6.1 PO KL, promocja EFS.	styczeń – grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Za pośrednictwem Albumu "Kapitałne możliwości III" mamy zamiar zarówno pokazać wizerunki i osobowości laureatów konkursu na komiks, jak również zaprezentować 10 zwycięskich prac konkursowych, które w przejrzysty i zrozumiały sposób prezentują wpływ UE na zmiany, jakie zachodzą dzięki projektom realizowanym na rzecz osób pozostających bez zatrudnienia. Album będzie uwiecznieniem prac nagrodzonych w III edycji konkursu na najlepszy komiks pt. „Człowiek – najlepsza inwestycja”.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1q	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Materiały wydawnicze: „Vademecum Beneficjenta”	- dystrybucja informatora wśród Beneficjentów bądź potencjalnych Beneficjentów PO KL, jak i w innych Instytucjach Wdrażających oraz podczas imprez plenarnych	Rozpowszechnianie wśród społeczeństwa informacji dotyczących funduszy unijnych, w szczególności Działania 6.1 PO KL.	styczeń – grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Wydanie informatora „Vademecum Beneficjenta” dotyczącego PO KL, a w szczególności Działania 6.1 PO KL to przekazanie najważniejszych informacji nt. ww. Programu, jak również usystematyzowanie Beneficjentom lub potencjalnym Beneficjentom wiedzy niezbędnej do realizacji projektów w ramach PO KL. Ponadto dystrybucja wydanego informatora przez Urząd to także jedna z form promocji Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1r	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Plakaty promujące IV edycję konkursu na komiks, ulotki nt. projektów współpracy ponadnarodowej	- dystrybucja ulotek/ plakatów wśród Beneficjentów bądź potencjalnych Beneficjentów PO KL, szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, innych Instytucjach Wdrażających oraz podczas imprez plenarnych.	Rozpowszechnianie wśród społeczeństwa informacji dotyczących funduszy unijnych, w szczególności Działania 6.1 PO KL, rozpropagowanie informacji o IV edycji konkursu na komiks wśród uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z terenu województwa mazowieckiego.	styczeń – grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Wydruk plakatów lub ulotek posłuży rozpowszechnianiu wśród społeczeństwa informacji nt. projektów współpracy ponadnarodowej oraz konkursu na najciekawszy komiks pt. „Człowiek – najlepsza inwestycja. Ponadto dystrybucja ww. materiałów wydawniczych przez Urząd to także jedna z form promocji Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1s	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Szkolenia i spotkania informacyjno-promocyjne dla Beneficjentów	Przed szkoleniem: - opracowanie i rozesłanie zaproszeń na szkolenia do Beneficjentów, - umieszczenie informacji dotyczącej danego szkolenia na stronie internetowej, W trakcie szkolenia: - dystrybucja i rozpowszechnienie materiałów informacyjno – promocyjnych wśród uczestników danego szkolenia.	Celem szkoleń jest uzyskanie przez uczestników wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu danego szkolenia. Przeszkolona osoba powinna potrafić zastosować zdobyte informacje w realizacji swojego projektu.	luty – czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizacja szkoleń specjalistycznych dla Beneficjentów bądź potencjalnych Beneficjentów Działania 6.1 PO KL ma za zadanie pomóc im w sprawniej realizacji projektów, jak również wzbogacić o niezbędną wiedzę. Szkolenia organizowane są zarówno w Warszawie, jak i na terenie pięciu Fili WUP w Warszawie tj. w Ostrołęce, Radomiu, Płocku, Ciechanowie, Siedlcach. Za koordynację i przebieg szkolenia odpowiada Zespół ds. Informacji i Promocji Wydziału Wdrażania EFS, natomiast w Filiach Urzędu Zespół ds. Regionalnej Polityki Rynku Pracy i EFS. Szkolenia z dokumentacji konkursowych prowadzić będą pracownicy WUP w Warszawie we współpracy z KIW PO KL, natomiast pozostałe szkolenia prowadzić będzie doświadczona kadra trenerska. Uczestnicy szkoleń prowadzonych przez zewnętrzną firmę szkoleniową na zlecenie WUP w Warszawie otrzymują certyfikaty poświadczające udział w szkoleniach, natomiast wszyscy uczestnicy szkoleń materiały informacyjne – promocyjne. Każdorazowo szkolenia odbywać się będą w godzinach 9 – 15.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1t	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Akcja informacyjno-promocyjna w mediach: np. 1. ogłoszenia prasowe 2. artykuły sponsorowane 3. spoty radiowe dla WUP w Warszawie oraz Filii WUP.	- emisja ogłoszeń prasowych w prasie o zasięgu regionalnym i lokalnych obejmującym swym zasięgiem obszar województwa mazowieckiego. - produkcja i emisja dwóch spotów radiowych w radiostacjach o zasięgu regionalnym i lokalnym.	Informacja i promocja EFS ze szczególnym uwzględnieniem Działania 6.1 PO KL wdrażanego przez WUP w Warszawie	II – III kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Publikacja ogłoszeń prasowych, jak również kampania promocyjna w ramach, której WUP w Warszawie ma zamiar zlecić produkcję i emisję dwóch spotów radiowych dotyczących konkursu na nabór wniosków o dofinansowanie projektów współpracy ponadnarodowej oraz konkursu na komiks ma za zadanie przekazać istotne informacje oraz promować EFS ze szczególnym uwzględnieniem Działania 6.1 PO KL wdrażanego przez WUP w Warszawie.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1u	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Konferencja Podsumowująca Wdrażanie PO KL na Mazowszu.	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia skierowane do uczestników i gości,</li> <li>- stworzenie strony internetowej konferencji,</li> <li>- banner oraz informacja o konferencji umieszczona na stronie internetowej WUP w Warszawie,</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozpowszechnienie materiałów informacyjno – promocyjnych dotyczących Działania 6.1 PO KL.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja oraz zdjęcia na stronie internetowej dotycząca konferencji.</li> </ul>	<p>Cele konferencji to m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- przekazanie potencjalnym beneficjentom aktualnych informacji dotyczących PO KL;</li> <li>-podsumowanie dotychczasowego wdrażania PO KL oraz zaprezentowanie działalności Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów i Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie ;</li> <li>- zaprezentowanie regionu, jako skutecznego beneficjenta funduszy pomocowych;</li> <li>- budowa pozytywnego wizerunku Europejskiego Funduszu Społecznego i Instytucji;</li> <li>- promocja Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz Instytucji zaangażowanych w jego wdrażanie.</li> </ul>	listopad – grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w partnerstwie z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Warszawie i Mazowiecką Jednostką Wdrażania Programów Unijnych ma zamiar zorganizować Roczną Konferencję Podsumowującą Wdrażanie Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na Mazowszu. Zakładana Liczba uczestników to ok. 300 – 400 osób. Przedmiotowe wydarzenie ma mieć miejsce w Warszawie, ścisłym Śródmieściu. Zakładany czas trwania imprezy to ok.8 godz. Podczas konferencji przewidziane są wystąpienia zaproszonych gości z innych Instytucji Wdrażających, jak również zaproszenie i zaprezentowanie Beneficjentów realizujących projekty w poszczególnych Priorytetach PO KL. Ponadto istotnym punktem podczas ww. konferencji będzie rozstrzygnięcie IV edycji konkursu na najlepszy komiks „Człowiek – najlepsza inwestycja” oraz wręczenie nagród laureatom.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1v	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Materiały promocyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zakup materiałów promocyjno – reklamowych,</li> <li>- dystrybucja materiałów promocyjnych</li> </ul>	<p>Promocja EFS i PO KL, rozpowszechnianie informacji korzyściach płynących z Unii Europejskiej, możliwościach wsparcia dostępnych w ramach realizowanych projektów, propagowanie wiedzy nt. środków płynących z EFS.</p>	II – IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Materiały promocyjne dystrybuowane będą wśród uczestników: konferencji, spotkań, szkoleń, festynów, seminariów oraz pośród potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, potencjalnych uczestników projektów, uczestników projektów.					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1w	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Konkurs na najlepszy komiks pt. „Człowiek – najlepsza inwestycja”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty promujące konkurs na komiks, pozyskanie patronów medialnych i honorowych,</li> <li>- informacja o konkursie oraz o jego wynikach na stronie internetowej WUP w Warszawie oraz na portalach patronów,</li> <li>- rozpowszechnianie informacji za pośrednictwem spotu radiowego emitowanego rozgłośniach radiowych zasięgu regionalnym lokalnych obejmującym zasięgiem obszar woj. mazowieckiego,</li> <li>- wysyłka plakatów do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych oraz innych instytucji uczestniczących we wdrażaniu PO KL na Mazowszu.</li> </ul>	Przedsięwzięcie mające na celu promowanie wiedzy nt. EFS i PO KL, w szczególności Działania 6.1 PO KL - wdrażanego przez WUP w Warszawie oraz upowszechnienie korzyści płynących z wykorzystania środków unijnych.	III – IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konkurs na najlepszy komiks promujący EFS - PO KL pod hasłem "Człowiek najlepsza inwestycja" - IV edycja. Uczestnikami konkursu będą mogli być uczniowie ze szkół gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych województwa mazowieckiego. Konkurs prowadzony na obszarze województwa mazowieckiego w okresie od 1 września do 31 października 2012 r. Przedmiotem konkursu jest zaprojektowanie własnego komiksu, który przedstawiać będzie wpływ Unii Europejskiej i środków z Europejskiego Funduszu Społecznego na sytuację osób pozostających bez zatrudnienia. Warunkiem udziału w konkursie jest dostarczenie pracy konkursowej zgodnie z wymogami regulaminu oraz prawidłowo wypełnionej karty zgłoszeniowej. Nadesłane prace konkursowe powinny spełniać następujące wymagania: - jasno i przekonująco ukazywać zmiany, jakie zaszły w otoczeniu autora dzięki projektom współfinansowanym z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, a w szczególności Działania 6.1 Poprawa dostępu do zatrudnienia oraz wspieranie aktywności zawodowej w regionie, - nie mogą zawierać słów powszechnie uznanych za obraźliwe, - promować dobre praktyki wykorzystania funduszy unijnych w danym regionie. Spośród nadesłanych zgłoszeń zostanie wybranych 10 najlepszych prac, spośród których zostaną wyłonieni 3 zwycięzcy konkursu. Zwycięzcy zostaną wyłonieni zgodnie z następującymi kryteriami: - zgodność przesłania zawartego w pracy z tematyką pracy określoną w Regulaminie Konkursu, - wyrazistość przekazu, - pomysłowość - kreatywność, - plastyczne ujęcie tematu, - jakość wykonania - forma estetyczna pracy, - oryginalność pracy. Jury dokona oceny prac oraz przyzna nagrody nie później niż do 15 grudnia 2012 r. Laureaci konkursu zostaną powiadomieni pisemnie o miejscu i terminie wręczenia nagrody nie później niż do dnia 15 grudnia 2012r. Dodatkowo lista nagrodzonych prac będzie umieszczona na stronach internetowych WUP w Warszawie.					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych</p>					
10.1x	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Forum Funduszy Europejskich	- informacja o Forum Funduszy Europejskich na stronie internetowej WUP w Warszawie, - dystrybucja podczas Forum Funduszy Europejskich materiałów informacyjno - promocyjnych	Celem Forum jest: - zaprezentowanie regionu, jako skutecznego beneficjenta funduszy pomocowych; - budowa pozytywnego wizerunku Europejskiego Funduszu Społecznego i Instytucji; - promocja Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz Instytucji zaangażowanych w jego wdrażanie.	X
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Impreza organizowana przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, gdzie WUP w Warszawie jest jedynie jednym z wystawców w ramach PO KL.</p> <p>Podczas Forum Funduszy Europejskich tj. bezpłatnej imprezy plenerowej, wszyscy chętni mogą zdobyć cenne informacje na temat funduszy unijnych, jakie są wdrażane za pośrednictwem różnych Programów Operacyjnych na terenie całej Polski, a także skorzystać z wielu przewidzianych atrakcji, zarówno dla młodszych jak i starszych. Miejsce wydarzenia to Warszawa. Relacje z ww. imprezy są udostępniane na stronach internetowych WUP w Warszawie oraz innych Instytucji zaangażowanych we wdrażanie funduszy unijnych.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1y	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Dzień Otwarty Wojewódzkiego Urzędu i jego filii	Przed przedsięwzięciem: - ulotki informacyjne, plakaty, reklama w mediach, - umieszczenie informacji na stronie www.wup.mazowsze.pl , - 30 spersonalizowanych zaproszeń do przedstawicieli władz administracji samorządowej i rządowej, instytucji i stowarzyszeń związanych z rynkiem pracy, - wystąpienie o patronaty medialne do Radia dla Ciebie i TVP Warszawa W trakcie przedsięwzięcia: - stoiska wystawiennicze wydziałów WUP i partnerów instytucjonalnych - ekspozycja roll-up WUP i plakatów opatrzonych SIW Mazowsza Po przedsięwzięciu: - relacja na stronie www.wup.mazowsze.pl i w biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy”	Promocja oferty i usług Wojewódzkiego Urzędu Pracy wśród mieszkańców Warszawy	26 maja 2012 r., siedziba WUP w Warszawie
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Dzień Otwarty służy prezentacji działalności urzędu oraz publicznych służb zatrudnienia i regionalnych instytucji rynku pracy. Przedsięwzięcie jest skierowane do osób bezrobotnych i poszukujących pracy. Odwiedzający urząd będą mogli porozmawiać z pracownikami i poznać ich pracę. Poszukujący zatrudnienia uzyskują specjalistyczną pomoc w wyszukiwaniu ofert pracy przez Internet. Odbędą się bezpłatne warsztaty na tematy związane z założeniem własnej firmy, skorzystaniem z funduszy unijnych, praca za granicą, rozmowy kwalifikacyjnej u pracodawcy i przygotowania dokumentów aplikacyjnych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Uwagi dodatkowe: Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie www.mazovia.pl i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.					
10.1z	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Udział w Wojewódzkich Dożynkach	Stoisko wystawiennicze WUP, dystrybucja, ulotek, broszur wydawnictw na temat oferty WUP. Relacja z udziału w dożynkach na stronie www.wup.mazowsze.pl i biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy	Promocja usług Wojewódzkiego Urzędu Pracy wśród mieszkańców Mazowsza	sierpień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Na stoisku wystawienniczym pracownicy WUP udzielają informacji o działaniach skierowanych do osób bezrobotnych, poszukujących pracy i pracodawców. Dystrybuowane są ulotki, wydawnictwa i materiały promocyjne o usługach WUP.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1ż	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Wydawnictwo Biuletyn Informacyjny „Mazowiecki Rynek Pracy”	Dystrybucja: władze samorządu województwa mazowieckiego, urzędy pracy, starostwa, prezydenci miast, burmistrzowie, Akademicka Biura Karier, Kluby Pracy, Gminne Centra Informacji, biblioteki.	prezentacja działalności Wojewódzkiego Urzędu Pracy oraz instytucji rynku pracy współpracujących z urzędem wśród mieszkańców Warszawy i Mazowsza	styczeń- grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Dwumiesięcznik, nakład 2000 egzemplarzy. Artykuły przygotowują pracownicy Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie i jego filii oraz pracownicy publicznych służb zatrudnienia.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja w materiale logo Marki Mazowsze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1ż	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Siedlcach	Targi Pracy i Kariery w Sokołowie Podlaskim	- obsługa stoiska informacyjno-promocyjnego - strona internetowa WUP - Biuletyn WUP - roll-up	Zwiększenie dostępności ponadpowiatowego pośrednictwa pracy oraz rozpowszechnienie informacji o innych usługach WUP	20 lutego 2012 r., godz. 10.00-15.00 Sokołowski Ośrodek Kultury Sokołów Podlaski, ul. Wolności 27
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Jest to kolejna edycja targów, organizowanych w powiecie sokołowskim w ramach projektu pod tą samą nazwą (Targi pracy i kariery w Sokołowskie Podlaskim), współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach działania 7.2.1. Organizatorami są Fundacja Civis Polonus oraz Fundacja U Siebie. Projekt adresowany jest do osób w wieku 16-20 lat. Poza stoiskami targowymi w programie znajdują się warsztaty, pokazy filmowe oraz konkurs wiedzy poświęcony zagadnieniom związanym z rynkiem pracy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1aa	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Siedlcach	V Siedleckie Targi Edukacyjne Wyższych Uczelni – „Ku przyszłości zawodowej”.	- stoisko promocyjne - strona internetowa WUP - Biuletyn WUP - roll-up	Dostarczenie informacji o usługach WUP, głównie dot. ponadpowiatowego i międzynarodowego pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, informacji dla osób niepełnosprawnych EFS.	marzec 2012 r., Siedlce, ul. ks. J. Popiełuszki 8
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Organizatorami będą Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 3 w Siedlcach, Samorządowe Centrum Doradztwa i Doskonalenia Nauczycieli w Siedlcach oraz Stowarzyszenie Przyjaciół ZSP nr 3. Co roku odbywają się pod patronatem Prezydenta Miasta Siedlce oraz Mazowieckiego Kuratora Oświaty. Oferty edukacyjne zaprezentują wyższe uczelnie z terenu Polski. Targi adresowane są do młodzieży i nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych w Siedlcach i powiecie siedleckim. W ramach spotkania odbędą się również zajęcia aktywizacyjne dla młodzieży. Szczegóły zostaną ustalone w późniejszym terminie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ab	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Siedlcach	IX Siedleckie Targi Pracy	- organizacja i obsługa stoiska informacyjno-promocyjnego - szeroka informacja w mediach - strona internetowa WUP - plakaty, roll-upy - Biuletyn WUP	Zwiększenie dostępności i promocja usług WUP – głównie ponadpowiatowego i międzynarodowego pośrednictwa pracy a także poradnictwa zawodowego, informacji dla osób niepełnosprawnych, EFS	czerwiec 2012 r., Siedlce, ul Pułaskiego 19/21
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Targi skierowane są do osób zainteresowanych podjęciem lub zmianą pracy. Są doskonałą okazją do bezpośredniego kontaktu z pracodawcą. Dają obraz sytuacji na rynku pracy. Pracodawcom stwarzają szansę pozyskania kandydatów do pracy. W ramach targów planujemy m. in. włączenie oferty usługowej dla osób niepełnosprawnych. Organizatorami będą: PUP w Siedlcach, Filia WUP w Warszawie z siedzibą w Siedlcach oraz dwie siedleckie uczelnie - Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny i Collegium Mazovia Innowacyjna Szkoła Wyższa. Targi odbędą się w siedzibie obu urzędów pracy, tj. PUP i filii WUP.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ac	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Siedlcach	Konferencja podsumowująca realizację projektu „Czas na biznes III”	- zaproszenia dla uczestników projektu - zaproszenia dla przedstawicieli instytucji, władz państwowych i samorządowych.	Konferencja ma na celu podsumowanie realizacji projektu.	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
Konferencja ma na celu podsumowanie realizacji projektu „Czas na biznes III”. Zapoznanie wszystkich interesariuszy projektu, tj. uczestników, władz państwowych i samorządowych, instytucji otoczenia biznesu z osiągniętymi rezultatami, produktami oraz wypracowanymi praktykami. Konferencja będzie okazją do pokazania, że prowadzenie własnej działalności gospodarczej jest dobrym sposobem na realizację zawodową. Uczestnicy konferencji otrzymają broszurę upowszechniającą projekt.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ad	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Siedlcach	Cykl audycji telewizyjnych	Audycje w Telewizji Siedlce	Przybliżenie mieszkańcom Siedlec wiedzy na temat działalności usługowej WUP, Szeroka promocja usług filii WUP	raz w miesiącu, szczegóły do ustalenia
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Cykl zostanie zrealizowany w przypadku otrzymania na ten cel środków finansowych z Funduszu Pracy. Byłaby to trzecia edycja programu. Każda audycja jest poświęcona określonym tematom, wynikającym z bieżących potrzeb. Przedstawia istotne wydarzenia z działalności urzędu. Często jest realizowana z udziałem innych partnerów rynku pracy. Telewizja kablowa w Siedlcach stanowi dobre źródło informacji dla lokalnej społeczności. Kreuje pozytywny wizerunek urzędu w środowisku.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
10.1ae	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Siedlcach	Dzień Otwarty WUP	Usługi urzędu w dniu wolnym od pracy Informacja w lokalnych mediach	- umożliwienie klientom załatwienia sprawy w urzędzie w dniu wolnym od pracy - rozpowszechnienie informacji o usługach WUP w środowisku lokalnym	- zgodnie z terminarzem WUP - Siedlce, ul. Pułaskiego 19/21
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Jak co roku filia WUP będzie świadczyć w tym dniu wszystkie usługi oraz zaoferuje klientom specjalnie przygotowany program w postaci wykonania prezentacji i zaprezentowania pełnych możliwości usługowych filii WUP.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1af	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ciechanowie	Konferencja kończąca projekt „Akademia Przedsiębiorczości V” Uczestnicy: 70 osób z subregionu ciechanowskiego- uczestnicy projektu, przedstawiciele organizacji pozarządowych, PUP oraz innych zakończonych projektów z działania 6.2 PO KL.	Przed konferencją: - opracowanie biuletynu o projekcie - zaproszenie uczestników W trakcie konferencji: - prezentacja osiągnięć projektu, uczestnicy projektu przedstawiają swoje doświadczenia jako początkujący przedsiębiorcy - upowszechnianie dobrych praktyk Po konferencji: - relacja z konferencji na stronie internetowej wup.mazowsze.pl zakładka Filia Ciechanów	Kampania informacyjno-promocyjna przedsiębiorczości w subregionie ciechanowskim oraz upowszechnianie dobrych praktyk z zakresu rozwoju przedsiębiorczości	23 marca 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W ramach zadania przewiduje się opracowanie biuletynu o projekcie w nakładzie 100 szt. W biuletynie zawarte będą podstawowe informacje o działaniach oraz o wszystkich nowopowstałych w ramach projektu mikroprzedsiębiorstwach. Na zakończenia projektu zorganizowana zostanie konferencja upowszechniająca projekt i jego rezultaty. Podczas konferencji uczestnicy projektu przedstawiają swoje doświadczenia, jako początkujący przedsiębiorcy. Konferencja będzie jednocześnie kampanią promocyjno-informacyjną przedsiębiorczości w subregionie a także upowszechniania dobrych praktyk w zakresie rozwoju przedsiębiorczości. W działaniach informacyjno-promocyjnych i upowszechnianiu dobrych praktyk szczególny nacisk położony zostanie na sytuację kobiet w kontekście równości płci. Zatem do prezentacji podczas konferencji zostaną zaangażowane kobiety, których mikroprzedsiębiorstwa i osobiste sukcesy zawodowe w połączeniu z sytuacją rodzinną mogą być przykładem do naśladowania.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ag	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ciechanowie	Konferencje upowszechniające rezultaty projektu z działania 9.4 PO KL „Wysoko wykwalifikowany nauczyciel najlepszą inwestycją w edukację”. Uczestnicy: 253 studentów kończących projekt z grupy warszawskiej oraz 210 z grupy ciechanowskiej, dyrektorzy szkół, przedstawiciele instytucji rynku pracy i instytucji oświatowych województwa mazowieckiego	Prezentacja rezultatów twardych i miękkich projektu, upowszechnianie dobrych praktyk i wpływu rezultatów na rynek pracy. Relacja z konferencji w biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy”.	Kampania informacyjno-promocyjna przedsiębiorczości i poradnictwa zawodowego w systemie edukacji oraz ich wpływu na karierę zawodową uczniów. Przedsiębiorczości.	październik 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Na zakończenie realizacji projektu „Wysoko wykwalifikowany nauczyciel najlepszą inwestycją w edukację” zostaną zorganizowane dwie konferencje w ramach których uczestnicy tj. nauczyciele kończący udział w projekcie, przedstawiciele samorządów lokalnych oraz przedstawiciele instytucji oświatowych województwa przedstawiają, w jaki sposób ukończenie studiów podyplomowych na kierunkach: przedsiębiorczość, poradnictwo zawodowe oraz psychologiczne aspekty pracy z młodzieżą mogą przyczynić się do trafnego wyboru zawodu przez uczniów oraz właściwego kształtowania kariery zawodowej.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ah	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ciechanowie	Udział w lokalnych imprezach promocyjnych i Forach edukacyjnych.	Przedstawiciele Filii WUP w Ciechanowie będą promować usługi w zakresie rozwoju Partnerstwa Lokalnego i aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych podczas imprez lokalnych odbywających się cyklicznie na terenie subregionu ciechanowskiego. Organizatorami będą samorządy lokalne oraz organizacje pozarządowe. Ponadto podczas forów edukacyjnych (organizatorzy – PUP) promowane będą działania w ramach PO	Kampania informacyjno-promocyjna usług rynku pracy i EFS	marzec – wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Przedstawiciele Filii WUP podczas cyklicznych imprez o charakterze promocyjnym organizują swoje stanowisko wystawiennicze. Osoby uczestniczące w imprezach mogą uzyskać informacje na temat działań realizowanych przez Filię w ramach projektów własnych, usług partnerskich i form wsparcia dla grup znajdujących się w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy. Organizatorami tych imprez są gminy z subregionu ciechanowskiego, PUP oraz organizacje pozarządowe.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ai	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	VI Płockie Targi Pracy Osób Niepełnosprawnych Uczestnicy: ok. 800 osób z terenu Miasta Płocka i Powiatu Płockiego, ok. 50 wystawców – pracodawców i instytucji zajmujących się problematyką niepełnosprawności	Przed targami: - plakaty informacyjne rozmieszczone na terenie miasta Płocka - zaproszenia personalizowane skierowane do 300 osób - informacje na stronach internetowych WUP oraz partnerów - opublikowanie artykułów i spotów reklamowych w mediach W trakcie targów: - ekspozycja roll – upów WUP - ulotki i broszury informacyjne CiPKZ Po targach: - relacja na stronie wup oraz w Biuletynie Mazowiecki Rynek - relacje w mediach	- Aktywizacja społeczna i zawodowa osób niepełnosprawnych - promocja zatrudnienia osób niepełnosprawnych - integracja lokalnego środowiska z osobami niepełnosprawnymi	17 maja 2012 r., Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Główną ideą targów jest przełamywanie barier osób niepełnosprawnych w poszukiwaniu pracy i pokazanie alternatywnych rozwiązań tym osobom w kontekście rynku pracy. Oprócz umożliwienia bezpośredniego spotkania z pracodawcami, podkreślamy integracyjny wymiar przedsięwzięcia, organizując różne dodatkowe atrakcje dla osób niepełnosprawnych wraz z częścią artystyczną. Z uwagi na to, iż chcemy promować wszelkie postawy aktywne osób niepełnosprawnych, również te przejawiające się poprzez sztukę, na targach przewidziano stoiska warsztatów terapii zajęciowej i domów pomocy społecznej, gdzie będzie można podziwiać wyroby rękodzieła artystycznego, których autorami są właśnie osoby niepełnosprawne. Po targach wszyscy uczestnicy zostaną zaproszeni na piknik integracyjny. Udział w targach jest bezpłatny dla pracodawców oraz dla osób odwiedzających targi. Targi odbędą się pod Patronatem Marszałka Województwa Mazowieckiego.</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1aj	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	Gielda instytucji szkoleniowych, szkół wyższych i szkół dla dorosłych Uczestnicy: ok. 700 osób z terenu Miasta Płocka i Powiatu Płockiego, Gostynińskiego i Sierpeckiego, ok. 40 wystawców –instytucji szkolących, szkół wyższych i szkół dla dorosłych	<p>Przed giełdą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne rozmieszczone na terenie miasta Płocka</li> <li>- zaproszenia personalizowane skierowane do 200 osób</li> <li>- informacje na stronie internetowej WUP</li> <li>- opublikowanie artykułów i spotów reklamowych w mediach</li> </ul> <p>W trakcie giełdy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja roll – upów WUP</li> <li>- ulotki i broszury informacyjne CiIPKZ</li> </ul> <p>Po giełdzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie wup oraz w Biuletynie Mazowiecki Rynek</li> </ul>	- Organizacja Giełdy jest podyktowana ideą uczenia się przez całe życie, która jest fundamentem wizji nowoczesnego społeczeństwa.	listopad 2012 r., Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Gielda podyktowana jest ideą uczenia się przez całe życie, która jest fundamentem wizji nowoczesnego społeczeństwa. Odwiedzający mają możliwość zapoznania się z najnowszymi dostępnymi w regionie szkoleniami i kursami. Odwiedzające Giełdę osoby bezrobotne są również informowane o działaniach, które mogą podjąć, by zwiększyć swoje szanse na rynku pracy. Podczas Giełdy swoje oferty szkoleniowe oraz edukacyjne przedstawiają instytucje, szkoły wyższe oraz szkoły dla dorosłych. Zwiedzający mają możliwość zapoznać się z ofertą szkoleń z regionu, porównać, przyjrzeć się z bliska instytucjom oraz szkołom.</p>					
<b>OCENA *</b> <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1ak	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	Targi Edukacyjne Uczestnicy: ok. 800 osób z terenu Miasta Płocka i Powiatu Płockiego, ok. 60 wystawców – szkół wyższych	Przed targami: - informacje na stronie internetowej WUP W trakcie targów: - ekspozycja roll – upów WUP - ulotki i broszury informacyjne CiPKZ Po targach: - relacja na stronie wup oraz w Biuletynie Mazowiecki Rynek	Głównym celem Targów jest prezentacja ofert edukacyjnych szkół publicznych	wiosna 2012 r., Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Głównym celem Targów jest prezentacja ofert edukacyjnych szkół publicznych i niepublicznych różnych szczebli, instytucji szkoleniowych oraz firm związanych z branżą edukacyjną. Oferta jest skierowana do młodzieży stojącej przed wyborem dalszego kierunku nauki, ale również dla wszystkich tych, którzy są zainteresowani podniesieniem bądź zmianą swoich kwalifikacji.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1al	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	Płockie Targi Pracy	Przed targami: - informacje na stronie internetowej WUP W trakcie targów: - ekspozycja roll – upów WUP - ulotki i broszury informacyjne CiPKZ Po targach: - relacja na stronie wup oraz w Biuletynie Mazowiecki Rynek	Targi są doskonałą okazją do zweryfikowania swoich oczekiwań w bezpośrednim kontakcie z pracodawcami	jesień 2012 r., Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
X					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1a	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	Projekt pn. „ Płocka Szkoła Małej Przedsiębiorczości VI” w ramach Działania 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia Priorytetu VI PO KL Rynek pracy otwarty dla wszystkich Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki	- przekazanie pocztą do Urzędów Miast i Gmin, PUP-ów, uczelni wyższych(5 powiatów: płockiego, sierpeckiego, gostyńskiego, sochaczewskiego, nowodworskiego) plakatów i ulotek projektowych - ukażą się ogłoszenia prasowe na całe strony w dzienniku Fakt, Tygodniku Płockim, Nowodworskim i Sochaczewskim, - 10 spotkań informacyjnych o projekcie na terenie siedziby Filii - informacje na stronie WUP i dokumenty do pobrania - emisja spotów reklamowych w Radio Eska i Katolickim Radiu Płock	Promocja samozatrudnienia jako skutecznego sposobu zatrudnienia i umożliwienie rozpoczęcia działalności gospodarczej 70 osobom (40 kobietom i 30 mężczyznom)	styczeń/luty 2012 r., Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt zakłada umożliwienie rozpoczęcia działalności gospodarczej 70 osobom z terenu 5 powiatów województwa mazowieckiego w latach 2011-2013. Uczestnikiem/Uczestniczką projektu mogą być: Osoby zamieszkujące (wg definicji kodeksu cywilnego potwierdzone meldunkiem stałym lub czasowym) na terenie powiatu płockiego, miasta Płocka, powiatu gostyńskiego, miasta Gostynina, powiatu sierpeckiego, miasta Sierpc, powiatu sochaczewskiego, miasta Sochaczew, powiatu nowodworskiego, miasta Nowy Dwór Mazowiecki. Uczestnikami projektu mogą być osoby bezrobotne, pracujące i nieaktywne zawodowo. Projekt zakłada szkolenie z ABC przedsiębiorczości, doradztwo specjalistyczne, wypłatę dotacji inwestycyjnej na otwarcie działalności gospodarczej, wypłatę dotacji pomostowej przez 6 miesięcy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1am	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	Projekt pn. „ Płocka Szkoła Małej Przedsiębiorczości VII” w ramach Działania 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia Priorytetu VI PO KL Rynek pracy otwarty dla wszystkich Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.	- przekazanie pocztą do Urzędów Miast i Gmin, PUP-ów, uczelni wyższych(3 powiatów: płockiego, sierpeckiego, gostyńskiego,) plakatów i ulotek projektowych - ukażą się ogłoszenia prasowe na całe strony w 3 Tygodnikach, - 10 spotkań informacyjnych o projekcie na terenie siedziby Filii - informacje na stronie WUP i dokumenty do pobrania - emisja spotów reklamowych w Radio Eska i Katolickim Radiu Płock	Promocja samozatrudnienia jako skutecznego sposobu zatrudnienia i umożliwienie rozpoczęcia działalności gospodarczej 70 osobom (40 kobietom i 30 mężczyznom)	czerwiec/ lipiec 2012 r. Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Projekt zakłada umożliwienie rozpoczęcia działalności gospodarczej 70 osobom z terenu 3 powiatów województwa mazowieckiego w latach 2011-2013. Uczestnikiem/Uczestniczką projektu mogą być: Osoby zamieszkujące (wg definicji kodeksu cywilnego potwierdzone meldunkiem stałym lub czasowym) na terenie powiatu płockiego, miasta Płocka, powiatu gostyńskiego, miasta Gostynina, powiatu sierpeckiego, miasta Sierpc. Uczestnikami projektu mogą być osoby bezrobotne i nieaktywne zawodowo. Projekt zakłada szkolenie z ABC przedsiębiorczości, doradztwo specjalistyczne, wypłatę dotacji inwestycyjnej na otwarcie działalności gospodarczej, wypłatę dotacji pomostowej przez 6 miesięcy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1an	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Płocku	Warsztat szkoleniowy dla Beneficjentów	informacje do lokalnej prasy, radia, lokalne portale internetowe,	Nauka specyfiki tworzenia i realizacji projektów ponadnarodowych	15 maja 2012 r. Płock
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Warsztaty skierowane są do potencjalnych Beneficjentów z obszaru działania Płockiej Filii WUP. W warsztatach weźmie udział 15 osób i zostaną poprowadzone przez pracownika Filii. Ich celem jest zachęcenie uczestników do aplikowania i realizacji projektów ponadnarodowych. Jest to także forma wymiany doświadczeń pomiędzy uczestnikami już realizującymi projekty.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1ao	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	„Targi Wiedzy i Umiejętności” – otwarta impreza wystawiennicza. Uczestnictwo około 1000 osób regionu radomskiego	<p>Przed Targami:</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach oświatowych, Strona internetowa urzędu, Spot reklamowy w radio, W trakcie Targów:</p> <p>Banery, ulotki, Po Targach:</p> <p>Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a>, Relacja w lokalnej gazecie w formie artykułu prasowego</p>	Celem jest promocja całościowej edukacji oraz wielozawodowego podejścia do planowania kariery zawodowej.	kwiecień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Targi skierowane do młodzieży jak i do osób dorosłych, które zainteresowane są własnym rozwojem zawodowym – chcą podnosić kwalifikacje, zdobyć nową wiedzę, rozwijać umiejętności i szukają na rynku oferty szkoleniowej, edukacyjnej. Oferta wystawców dotyczy szkoleń zawodowych, kursów doskonalenia zawodowego, liceów dla dorosłych, techników uzupełniających, szkół policealnych, projektów unijnych realizujących wsparcie dla osób bezrobotnych. Wśród wystawców będą również konsultanci z instytucji doradczych i szkoleniowych. Będzie można skorzystać z bezpłatnej pomocy specjalistów z zakresu prawa pracy, rynku pracy, a także uzyskać bieżące informacje o możliwościach rozwoju własnego biznesu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1ap	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	„Radomskie Targi Pracy” Impreza wystawienniczo – targowa. Uczestnictwo około 2000 osób bezrobotnych i poszukujących pracy.	Przed Targami: Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach PSZ, partnerów rynku pracy, lokalnych mediach, Strona internetowa urzędu, Spot reklamowy w radio, W trakcie Targów: Banery, ulotki, Po Targach: Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , Relacja w lokalnej gazecie w formie artykułu prasowego	Celem imprezy będzie umożliwienie kontaktu osobom poszukującym pracy z potencjalnymi pracodawcami. Przedstawienie ofert pracy.	wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Głównym celem imprezy będzie umożliwienie kontaktu osobom poszukującym pracy z potencjalnymi pracodawcami. Odbiorcy organizowanej imprezy będą mogli zwiększyć swoje szanse na znalezienie pracy oraz uzyskać odpowiednie informacje na temat zmiany, bądź uzupełnienia kwalifikacji zawodowych. Pracodawcy przedstawiają swoje oferty z różnych branż. Przedstawiciele Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, Państwowej Inspekcji Pracy, Biura Porad Obywatelskich, Miejskiego Zespołu ds. Orzekania o Niepełnosprawności udzielą informacji w punktach konsultacyjnych. Doradcy zawodowi radomskiej filii WUP udzielą porad indywidualnych z zakresu metod i technik poszukiwania pracy, przygotowania profesjonalnych dokumentów aplikacyjnych oraz rozmowy z pracodawcą. Własne stoiska posiadać będą radomska filia Wojewódzkiego Urzędu Pracy, Powiatowy Urząd Pracy oraz OHP i Agencje Pośrednictwa Pracy.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1aq	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Forum pn.: „Wszyscy Równi”. Konferencja poświęcona aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych wchodzących na rynek pracy. Uczestnicy: 100 osób.	Przed konferencją: Zaproszenia personalizowane – skierowane do 150 osób. Strona internetowa <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> W trakcie konferencji: Banery, materiały promocyjne, zdjęcia, Po konferencji: Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , Relacja w lokalnej gazecie w formie artykułu prasowego.	Aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych wchodzących na rynek pracy.	czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu cyklicznie organizuje Forum „Wszyscy Równi” przy współudziale MCPS, ZUS, MOPS w Radomiu, Warsztatów Terapii Zajęciowej w Radomiu oraz organizacji pozarządowych, Stowarzyszeń, Fundacji. Celem Forum jest aktywizacja zawodowa oraz integracja osób niepełnosprawnych, wchodzących na rynek pracy. Forum jest to również forma wymiany doświadczeń wśród partnerów działających na rzecz osób niepełnosprawnych. W trakcie zaplanowane są prezentacje merytoryczne jak i artystyczne (spektakle teatralne).</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.  W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.1ar	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Dwie Konferencje promujące działania partnerskie w regionie o różnej tematyce. Uczestnicy: około 120 osób z terenu działania filii WUP.	Przed konferencją: Zaproszenia personalizowane – skierowane do 200 osób. Strona internetowa <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> W trakcie konferencji: Banery, materiały promocyjne, zdjęcia, Po konferencji: Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , Relacja w lokalnej gazecie w formie artykułu pracownego	Wymiana doświadczeń oraz przedstawienie efektów dotychczasowej współpracy	listopad i grudzień 2012 r.
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Konferencje organizowane w ramach działań na rzecz rozwoju partnerstwa lokalnego. Uczestnikami będą m.in. Mazowieckie Obserwatorium Rynku Pracy, instytucje szkolące, Centrum Kształcenia Ustawicznego, Akademickie Biura Karier, organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, partnerzy społeczni, przedstawiciele PSZ, partnerzy rynku pracy, Powiatowe Urzędy Pracy z subregionu radomskiego, pracodawcy, doradcy zawodowi, Stowarzyszenia, Fundacje. Konferencje to także forma wymiany doświadczeń wśród partnerów.</p>					
<p><b>OCENA *</b>  <b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.  W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1as	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Bezpieczny wyjazd – Bezpieczny powrót” – cykl spotkań	Plakaty informacyjne, informacja na stronie WUP <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , informacja telewizyjna zamieszczona na stronie Radomskiej Telewizji Internetowej PUP w Radomiu <a href="http://www.pracaradom.tv">www.pracaradom.tv</a> , przekazanie uczestnikom spotkań powielonych materiałów informacyjnych. Plakaty, informacja na stronie internetowej WUP <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , informacja polskiej na stronie EURES <a href="http://www.eures.praca.gov.pl">www.eures.praca.gov.pl</a> , komunikaty w lokalnym radiu, kolportaż materiałów informacyjnych.	Przekazanie osobom bezrobotnym i poszukującym pracy informacji na temat bezpiecznego poszukiwania pracy za granicą, możliwości korzystania z sieci EURES. Przekazanie aktualnych informacji na temat niemieckiego rynku pracy, ofert pracy i zasad poszukiwania zatrudnienia osobom bezrobotnym i poszukującym	marzec, czerwiec, wrzesień, grudzień 2012 Powiatowy Urząd Pracy Pionkach
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
„Bezpieczny wyjazd –Bezpieczny powrót” to cykl spotkań przewidzianych z osobami bezrobotnymi i poszukującymi pracy organizowany wspólnie z PUP w Pionkach. Podczas spotkań m.in. omówione zostaną zasady jak szukać legalnej pracy za granicą, jak przygotować się do wyjazdu do pracy, jak postępować z nieuczciwym pracodawcą, jak korzystać z usług EURES oraz jak sumować okresy zatrudnienia celem nabywania świadczeń z tytułu bezrobocia oraz świadczeń emerytalno-rentowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1at	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	„Dzień Niemiecki”	Plakaty, informacja na stronie internetowej WUP <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , informacja polskiej na stronie EURES <a href="http://www.eures.praca.gov.pl">www.eures.praca.gov.pl</a> , komunikaty w lokalnym radiu, kolportaż materiałów informacyjnych	Przekazanie aktualnych informacji na temat niemieckiego rynku pracy, ofert pracy i zasad poszukiwania zatrudnienia osobom bezrobotnym i poszukującym pracy	III kwartał 2012 r., Radom
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
. „Dzień Niemiecki” zaplanowano w ramach grantu EURES. Osoby uczestniczące zyskują możliwość zdobycia informacji na temat warunków życia i pracy w Niemczech, aktualnych ofert pracy. Istotna będzie możliwość bezpośredniego kontaktu z niemieckim doradcą EURES, którego udział przewidziano w spotkaniu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1au	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Konferencja kończąca projekt „Powrót kobiet na rynek pracy” realizowany w ramach Poddziałania 7.2.1 PO KL Uczestnicy: 80 osób, w tym 40 uczestniczek projektu	Zaproszenia personalizowane – skierowane do 80 osób W trakcie konferencji: Ekspozycja EFS i WUP na banerach Po konferencji: relacja na stronie www.wup.mazowsze.pl i w Biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy	Rozpowszechnienie informacji o realizowanym projekcie	16 marca 2012 r., Radom
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W konferencji wezmą udział uczestniczki projektu, pracownicy biura projektu, partnerzy projektu, przedstawiciele jednostek szkolących oraz jednostek samorządu terytorialnego. W programie planowane są m.in. prezentacje oraz dyskusja na temat przebiegu i rezultatów projektu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1av	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Szkolenie „Specyfika projektów ponadnarodowych” w ramach działań promocyjnych realizowanych z Pomocy Technicznej PO KL Uczestnicy: 15 osób reprezentujących instytucje rządowe, samorządowe, jednostki szkoleniowe oraz organizacje pozarządowe	Zaproszenia wysłane do instytucji rządowych, samorządowych, jednostek szkolących oraz organizacji pozarządowych. Ogłoszenie o terminie szkolenia na stronie internetowej WUP Ekspozycja EFS i WUP na banerach Relacja na stronie www.wup.mazowsze.pl	Rozpowszechnienie informacji o projektach ponadnarodowych	24 kwietnia 2012 r., Radom
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Szkolenie skierowane jest do przedstawicieli instytucji rządowych, samorządów, jednostek szkoleniowych oraz organizacji pozarządowych z regionu radomskiego. Szkolenie ma zachęcić uczestników do realizacji projektów ponadnarodowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1aw	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Impreza plenerowa „DNI RADOMIA” organizowana przez Urząd Miasta Radomia Uczestnicy: osoby, które odwiedzą stoisko promocyjne	Ekspozycja stanowiska promocyjnego EFS i WUP W trakcie imprezy przekazywane będą uczestnikom materiały promocyjne w postaci ulotek, opracowań, itp. Ekspozycja EFS i WUP na banerach Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowwsze.pl">www.wup.mazowwsze.pl</a>	Rozpowszechnienie informacji o EFS, Działaniu 6.1 PO KL i zadaniach realizowanych przez WUP	czerwiec 2012 r., Radom
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Imprezy plenerowe organizowane przez inne jednostki, gdzie Filia WUP w Radomiu ma swoje stanowisko wystawiennicze. Uczestnictwo bezpłatne.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ax	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Impreza plenerowa „Dzień Chleba” organizowana przez Muzeum Wsi Radomskiej Uczestnicy: osoby, które odwiedzą stoisko promocyjne	Ekspozycja stanowiska promocyjnego EFS i WUP W trakcie imprezy przekazywane będą materiały promocyjne w postaci ulotek, opracowań, itp. Ekspozycja EFS i WUP na banerach Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowwsze.pl">www.wup.mazowwsze.pl</a>	Rozpowszechnienie informacji o EFS, Działaniu 6.1 PO KL i zadaniach realizowanych przez WUP	wrzesień 2012 r., Radom
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Imprezy plenerowe organizowane przez inne jednostki, gdzie Filia WUP w Radomiu ma swoje stanowisko wystawiennicze. Uczestnictwo bezpłatne.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ay	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Impreza plenerowa „Festiwal Ziemniaka” organizowana przez Muzeum Wsi Radomskiej Uczestnicy: osoby, które odwiedzą stoisko promocyjne	Ekspozycja stanowiska promocyjnego EFS i WUP W trakcie imprezy przekazywane będą materiały promocyjne w postaci ulotek, opracowań, itp. Ekspozycja EFS i WUP na banerach Relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowwsze.pl">www.wup.mazowwsze.pl</a>	Rozpowszechnienie informacji o realizowanym projekcie	październik 2012 r., Radom
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Imprezy plenerowe organizowane przez inne jednostki, gdzie Filia WUP w Radomiu ma swoje stanowisko wystawiennicze. Uczestnictwo bezpłatne.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1az	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Radomiu	Konferencja kończąca projekt „Radomski Biznes I” realizowany w ramach Działania 6.2 PO KL Uczestnicy: 80 osób, w tym 33 uczestników projektu	Zaproszenia personalizowane – skierowane do 80 osób W trakcie konferencji: Ekspozycja EFS i WUP na banerach Po konferencji: relacja na stronie <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> i w Biuletynie „Mazowiecki Rynek Pracy”	Rozpowszechnienie informacji o realizowanym projekcie	listopad 2012 r., Radom lub okolice
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
W konferencji wezmą udział m.in. uczestnicy projektu, pracownicy biura projektu, przedstawiciele jednostki szkolącej oraz administracji samorządowej. W ramach konferencji planowane są m.in. prezentacje oraz dyskusja na temat przebiegu i rezultatów projektu.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1až	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ostrołęce	Młodzieżowe Targi Edukacji i Pracy Uczestnicy: około 2000 osób z terenu Ostrołęki i powiatu ostrołęckiego	Przed Targami: - plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego, szkołach miejskich i powiatowych; - spersonalizowane zaproszenia - skierowane do ok. 300 osób; - informacja na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , <a href="http://www.moja-ostroleka.pl">www.moja-ostroleka.pl</a> , <a href="http://www.eostroleka.pl">www.eostroleka.pl</a> - informacja w mediach: Radio OKO, Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach, Kurierze Ostrołęckim. W trakcie Targów: - stoisko informacyjne Filii WUP w Ostrołęce, - relacja z przebiegu Targów w rozgłośni radiowej radio OKO, Po Targach: - artykuły w Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach Ostrołęckich, Kurierze Ostrołęckim - artykuł w Kronice Mazowieckiej, - artykuły w biuletynie Mazowiecki Rynek Pracy, na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> , oraz <a href="http://www.ohp.pl">www.ohp.pl</a>	Rozpowszechnianie informacji zawodowej oraz informacji o działaniach WUP w Warszawie	23 marca 2012 r. Hala Sportowo - Widowiskowa w Ostrołęce
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Targi mają na celu upowszechnianie informacji zawodowych, promocję działań Filii WUP w Ostrołęce wśród pedagogów szkół oraz młodzieży wkraczającej na rynek pracy. Są też okazją do integracji partnerów działających na rynku pracy oraz instytucji oświatowych. Na Targach swoje usługi promują instytucje rynku pracy: Powiatowy Urząd Pracy w Ostrołęce, Filia Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Ostrołęce, Centrum Edukacji i Pracy Młodzieży OHP. Ofertę edukacyjną prezentuje ponad 40 szkół wyższych (publicznych i niepublicznych) oraz policealnych. Na Targach są również stoiska biur karier, urzędów i instytucji wspierających młodych ludzi na rynku pracy, firm szkoleniowych i doradczych. Targi edukacyjne już po raz szósty będą źródłem informacji zawodowych dla uczniów, nauczycieli i rodziców, miejscem promocji usług instytucji rynku pracy i wymiany doświadczeń osób, zajmujących się planowaniem kariery zawodowej.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.1až	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ostrołęce	Konferencja „Planowanie kariery zawodowej” Uczestnicy: 50 osób	Przed konferencją: - zgłoszenie udziału w Ogólnopolskim Tygodniu Kariery, - zaproszenia skierowane do przedstawicieli szkół ponadgimnazjalnych, urzędów i instytucji wspierających młodych ludzi na rynku pracy - ok. 70 osób; - informacja na stronie internetowej www.wup.mazowsze.pl, www.moja-ostroleka.pl, www.eostroleka.pl W trakcie konferencji: - stoisko informacyjne Filii WUP w Ostrołęce, Po konferencji: - artykuły w Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach Ostrołęckich, Kurierze Ostrołęckim - artykuł w Kronice Mazowieckiej, - artykuły w biuletynie Mazowiecki Rynek Pracy, na stronie internetowej www.wup.mazowsze.pl,	Popularyzowanie idei świadomego planowania kariery edukacyjnej i zawodowej. Rozpowszechnianie informacji dotyczących sytuacji absolwentów na rynku pracy, kariery zawodowej w kształceniu zawodowym i usług instytucji rynku pracy w zakresie poradnictwa zawodowego.	październik 2012 r. (w ramach Ogólnopolskiego Tygodnia Kariery)
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Konferencja „Planowanie kariery zawodowej,” skierowana będzie do pedagogów i przedstawicieli szkół ponadgimnazjalnych. Cel konferencji jest popularyzowanie idei świadomego planowania kariery edukacyjnej i zawodowej oraz usług instytucji rynku pracy w zakresie poradnictwa zawodowego. Tematyka konferencji dotyczyć będzie usług instytucji rynku pracy w zakresie promocji zatrudnienia, aktywizacji zawodowej, informacji i planowania kariery, sytuacji młodzieży na rynku pracy i potrzeb w zakresie informacji i poradnictwa zawodowego oraz perspektyw współpracy w zakresie korzystania z informacji zawodowej i poradnictwa zawodowego w planowaniu kariery zawodowej przez absolwentów szkół ponadgimnazjalnych. Konferencja będzie mieć charakter informacyjno - promocyjny i stworzy płaszczyznę integracji lokalnych instytucji, zajmujących się informowaniem i doradzaniem młodym ludziom w podejmowaniu decyzji związanych z ich przyszłością zawodową. W czasie konferencji instytucje na swoich stoiskach będą mieć możliwość eksponowania i upowszechniania materiałów informacyjnych, dotyczących edukacji i rynku pracy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.1ba	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ostrołęce	Dzień Aktywności Zawodowej Osób Niepełnosprawnych	Przed spotkaniem/konferencją: - informacje/pisma spersonalizowane – skierowane do odpowiednich instytucji; - informacja na stronie internetowej www.wup.mazowsze.pl, www.moja-ostroleka.pl, www.eostroleka.pl; - informacja w mediach: Radio OKO, Tygodnik Ostrołęcki, Rozmaitości Ostrołęckie, Kurier Ostrołęcki; W trakcie spotkania/konferencji: - stoisko informacyjne Filii WUP w Ostrołęce; Po spotkaniu/konferencji: - artykuł w biuletynie Mazowiecki Rynek Pracy, - informacja na stronie internetowej www.wup.mazowsze.pl.	Rozpowszechnianie informacji o usługach rynku pracy.	czerwiec 2012 r., Ostrołęka

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Dzień Aktywności Zawodowej Osób Niepełnosprawnych ma na celu promowanie świadczonych usług i zadań wykonywanych w tym na rzecz osób niepełnosprawnych. Do udziału zostaną zaproszone jednostki administracji publicznej, organizacje pozarządowe i fundacje działające na rzecz i w imieniu osób niepełnosprawnych. Spotkanie/konferencja odbędzie się w czerwcu w Ostrołęce.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
<b>(10) Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego</b>					
<b>(10.2) Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych w Warszawie</b>					
10.2a	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Prowadzenie sieci Punktów Informacyjnych POKL na terenie województwa mazowieckiego	- udzielanie konsultacji indywidualnych, telefonicznych i drogą mailową, wsparte przekazaniem materiałów informacyjnych nt. Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (PO KL) i Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS); - udzielanie konsultacji indywidualnych podczas dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego na zaproszenie urzędów gmin województwa mazowieckiego.	Informowanie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów realizujących projekty oraz społeczeństwo, młodzieży itp., czyli wszystkich zainteresowanych mieszkańców Mazowsza na temat Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i Europejskiego Funduszu Społecznego. Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków w ramach PO KL przez profesjonalną informację i motywację; budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie profesjonalnych kadr oraz przejrzystości działania instytucji i procedur. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. prowadzenie Głównego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie, 2. prowadzenie Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w regionach: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce, 3. koordynację Sieci Punktów Informacyjnych, 4. udzielanie indywidualnych konsultacji podczas dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego na zaproszenie urzędów gmin województwa mazowieckiego.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
10.2b	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Udział w konferencjach, seminariach, spotkaniach szkoleniach organizowanych przez inne podmioty	Prowadzenie szkoleń, prelekcji, indywidualnych konsultacji porad eksperckich oraz dystrybucja materiałów informacyjnych (np. publikacji) nt. PO KL i EFS.	Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską. Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków w ramach PO KL przez profesjonalną informację i motywację; Budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie profesjonalnych kadr oraz przejrzystości działania instytucji i procedur. Podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje uczestnictwo pracowników MJWPU w roli prelegentów, szkoleniowców, konsultantów w imprezach organizowanych przez podmioty zewnętrzne na terenie całego Województwa Mazowieckiego (działania bezkosztowe).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2c	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Publikacja ogłoszeń prasowych	Ogłoszenia w prasie o zasięgu województwa mazowieckiego nt. ogłaszanie naborów na konkursy, zawieszenia konkursów, zmian w dokumentach programowych itp. oznaczone logotypami PO KL, informacją o współfinansowaniu oraz hasłem programu	Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków w ramach PO KL przez profesjonalną informację i motywację.	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmują zamieszczanie w prasie lokalnej o zasięgu całego województwa mazowieckiego ogłoszeń nt. regionalnego komponentu PO KL (ogłaszanie naborów na konkursy, zawieszenia konkursów, zmian w dokumentach programowych itp.)					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.2d	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Kampanie regionalne (Instytucji Pośredniczących, Instytucji Pośredniczących drugiego stopnia)	Kampania reklamowa w stacji telewizyjnej i Internecie. Działanie wsparte informacjami na temat kampanii zamieszczonymi w prasie (zamieszczane obowiązkowo logotypy PO KL, informacja o współfinansowaniu oraz hasłem programu).	Upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania PO KL na Mazowszu, promocja „dobrych praktyk”, wybranych projektów realizowanych/zrealizowanych w ramach dofinansowania z EFS, tym samym budowanie społecznego poparcia. Podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w	styczeń - listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjna promującej „dobre praktyki” w ramach PO KL					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2e	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Współpraca ze stacjami telewizyjnymi, radiowymi i prasowymi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- komunikaty rozsyłane drogą mailową, wręczone bezpośrednio w trakcie konferencji itp.</li> <li>- materiały prasowe i gotowych artykuły,</li> <li>- informacji zamieszczanie w Internecie na stronie <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a>;</li> <li>- artykuły sponsorowane dotyczące Programu oraz projektów realizowanych z PO KL i EFS</li> <li>- odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych z komórek merytorycznych.</li> </ul>	<p>Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską; budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie przejrzystości działania instytucji i procedur; podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju; upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności.</p>	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie obejmuje: 1. opracowanie i przekazywanie do prasy i mediów informacji nt. dotyczących uruchamianych naborów, wydarzeń, organizowanych konferencji np. drogą mailową, 2. przekazywanie stacjom telewizyjnym i radiowym komunikatów nt. organizowanych akcji i kampanii oraz informacji o wydarzeniach związanych z wdrażaniem PO KL na Mazowszu 3. udział pracowników MJWPU na zaproszenie w roli ekspertów, 4. zamieszczanie artykułów sponsorowanych/dodatków specjalnych dotyczących m.in. stopnia wdrażania PO KL na Mazowszu oraz dobrych praktyk (np. reportaże o realizowanych projektach) w prasie o zasięgu wojewódzkim, 5. organizacja konferencji i briefingów prasowych; 6. zamieszczanie informacji (komunikaty, sprawozdania itp.) na <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a>; 7. współpraca na bieżąco z biurem prasowym UM WM, Kancelarią Marszałka i Zarządem Województwa Mazowieckiego w zakresie działań informacyjno-promocyjnych w ramach PO KL i EFS 8. udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych z komórek merytorycznych.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2f	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Konferencje	Konferencja współorganizowana przez MJWPU oraz UM WM i WUP w Warszawie dla 300 uczestników (wszystkie materiały związane z konferencją zawierają logotypy PO KL, informację o współfinansowaniu oraz hasłem programu)	Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską; budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie przejrzystości działania instytucji i procedur; podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju; upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności	IV kwartał 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje organizację konferencji podsumowującej wdrażanie Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki w województwie mazowieckim w 2012 roku, a także przedstawiająca zrealizowane już projekty, jako przykład dobrych praktyk (konferencja przygotowana i prowadzona we współpracy z innymi Instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie PO KL na Mazowszu)					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2g	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Publikacje	Biuletyn, w którym będą zamieszczone informacje nt. aktualnych wydarzeń związanych z programem (np. ogłaszanych konkursów czy zmian dot. dokumentów programowych), reportaże z „dobrych praktyk PO KL”, szkoleń dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, wywiady z uczestnikami projektów itp. (na okładce zamieszczane obowiązkowo logotypy PO KL, informacja o współfinansowaniu oraz hasłem programu) Bogato ilustrowany zdjęciami album dot. zrealizowanych już projektów (bądź w trakcie realizacji). Zamieszczane obowiązkowo logotypy PO KL, informacja o współfinansowaniu oraz hasłem programu.	Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską; budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie przejrzystości działania instytucji i procedur; podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju; upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. wydanie biuletynu „Fundusze Europejskie dla Mazowsza” (cztery numery); 2. publikacja w wersji elektronicznej na stronie www.mazovia.eu (podstrona PO KL) dokumentów programowych i publikacji (MRR); 3. wydanie albumu nt. zrealizowanych projektów w ramach PO KL, tzw. dobrych praktyk oraz korzyści jakie odnoszą bezpośredni odbiorcy projektów					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2h	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Materiały promocyjne	Drobne materiały promocyjne, głównie dla młodzieży i dzieci, na których zostanie zamieszczone obowiązkowo: logo programu PO KL (logotyp pełny lub skrócony w zależności od miejsca nadruku) i informacja o współfinansowaniu ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego; obligatoryjnie: hasło programu, a także informacja o stronie www.mazovia.eu + numer infolinii MJWPU.	Wspomaganie wszystkich działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych przez MJWPU. Zachęcanie młodzieży do pogłębiania wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, tym samym podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym, a także pobudzenie pozytywnych skojarzeń związanych z Europejskim Funduszem Społecznym i budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Programu	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zgodnie z zarządzeniem Instytucji Zarządzającej PO KL (MRR), środki przeznaczone na to działanie nie mogą przekroczyć 10% przyznanego budżetu na działania promocyjno-informacyjne. Każdorazowo zamówienie takie wymaga pisemnej zgody Instytucji Zarządzającej. Stąd materiały promocyjne zostaną zamówione tylko na potrzeby działań podejmowanych przez MJWPU (np. konferencji, spotkań informacyjnych, szkoleń, konkursów dla dzieci i młodzieży, seminariów, czy obsługi 6 Punktów Informacyjnych). Będą to drobne materiały o walorach edukacyjnych i ekologicznych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazovia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2i	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Organizacja i udział w imprezach plenerowych, targach i imprezach wystawienniczych	<ul style="list-style-type: none"> <li>- udzielanie indywidualnych konsultacji na stoiskach lub stolikach eksperckich</li> <li>- dystrybucja materiałów informacyjnych nt. PO KL i EFS (np. publikacji własnych dot. programu lub przekazanych przez Instytucję Zarządzającą – MRR)</li> <li>- organizacja konkursów z wiedzy o funduszach europejskich na Mazowszu podczas imprez np. IV Forum Funduszy Europejskich</li> </ul>	Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską; budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie przejrzystości działania instytucji i procedur; podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju; upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Uczestniczenie pracowników MJWPU w eventach na terenie całego Województwa Mazowieckiego na zaproszenie innych podmiotów (np. IV Forum Funduszy Europejskich, Targi Pracy i Edukacji itp.). Oprócz dystrybucji materiałów promujących program PO KL oraz źródła informacji o programie (dane teleadresowe) przewiduje się indywidualne rozmowy z zainteresowanymi. Duży nacisk będzie położony na promocję korzyści wynikających z realizacji projektów finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego dla regionu i jego mieszkańców poprzez prezentację tzw. dobrych praktyk.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p style="text-align: center;">Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p style="text-align: center;">W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2j	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Spotkania informacyjne, warsztaty, seminaria skierowane do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów PO KL	1/2/3/4. prowadzenie szkoleń/warsztatów/seminariów przez trenerów – pracowników MJWPU połączonych z praktycznymi ćwiczeniami w wynajętych salach wyposażonych w sprzęt audiowizualny i komputerowy (na materiałach szkoleniowych zamieszczone obowiązkowo logotypy PO KL, informacja o współfinansowaniu oraz hasłem programu) 5. prowadzenie spotkań, w trakcie których pracownicy GPI przeprowadzą szkolenia oraz w ramach wymiany doświadczeń, poprowadzą panele dyskusyjne nt. wybranych tematów z wdrażania PO KL (na materiałach szkoleniowych zamieszczone obowiązkowo logotypy PO KL, informacja o współfinansowaniu oraz hasłem programu)	1. seminaria „Wdrażanie projektów współfinansowanych z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki bez tajemnic” będą służyć przekazaniu beneficjentom i potencjalnym beneficjentom specyficznych aspektów wdrażania projektów współfinansowanych z EFS, omawianie kluczowych problemów, prawidłowe przygotowanie i rozliczanie wniosku o płatność, prezentacja dobrych praktyk i in. 2. szkolenia informacyjne służą podniesieniu jakości składanych i realizowanych projektów oraz zwiększeniu wiedzy potencjalnych beneficjentów i beneficjentów aplikujących o środki w ramach ogłoszonych konkursów w zakresie wdrażania funduszy strukturalnych 3. szkolenia warsztatowe „Wdrażać z sukcesem” skierowane są do beneficjentów realizujących projekty w ramach Priorytetu IX PO KL i będących w fazie przygotowywania dokumentacji projektowej. Celem działania jest przygotowanie beneficjentów do jak najlepszej realizacji merytorycznej i finansowej projektów. 4. szkolenia warsztatowe „Zarządzanie Cyklem Projektu” służą podniesieniu umiejętności konstruowania projektów oraz ćwiczeniu praktycznych umiejętności pisania wniosków w GWA 5. spotkania informacyjne organizowane przez GPI będą służyć m.in. przekazaniu beneficjentom i potencjalnym beneficjentom specyficznych aspektów wdrażania projektów współfinansowanych z EFS.	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie obejmuje organizację oraz prowadzenie (trenerzy):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 12 seminariów</li> <li>2. 14 szkoleń informacyjnych</li> <li>3. 10 szkoleń warsztatowych dot. zakresu obowiązków beneficjenta związanych z wdrażaniem projektu finansowanego w ramach Priorytetu IX PO KL;</li> <li>4. 10 szkoleń warsztatowych pt. „Zarządzanie Cyklem Projektu”;</li> <li>5. 4 spotkań informacyjnych organizowanych przez GPI.</li> </ol>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2k	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Prowadzenie, aktualizacja i rozwój serwisów internetowych	Komunikaty, aktualności, dokumenty programowe, ogłoszenia, sprawozdania itp. działania na stronie www.mazowia.eu (na stronie zamieszczone obowiązkowo logotypy PO KL, informacja o współfinansowaniu oraz hasłem programu)	<p>Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską. Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków w ramach PO KL przez profesjonalną informację i motywację; Budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie profesjonalnych kadr oraz przejrzystości działania instytucji i procedur.</p> <p>Podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju.</p> <p>Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności</p>	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje bieżącą aktualizację oraz obsługę strony www.mazowia.eu					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie www.mazowia.pl w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.21	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Promocja w Internecie	- Mailing informacji nt. programu PO KL Wymiana doświadczeń - Promocja projektów w Internecie na stronach MRR	Budowanie społecznego poparcia poprzez upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystywania Europejskiego Funduszu Społecznego, a pośrednio z integracji z Unią Europejską. Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków w ramach PO KL przez profesjonalną informację i motywację; Budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich przez zapewnienie profesjonalnych kadr oraz przejrzystości działania instytucji i procedur. Podniesienie świadomości społecznej na poziomie regionalnym (Mazowsze) i lokalnym poprzez dostarczanie opinii publicznej wiedzy ogólnej w zakresie europejskiej polityki spójności, a w szczególności jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. przekazywanie informacji do portalu nt. Funduszy Europejskich tworzonego przez MRR; 2. przekazywanie na bieżąco m.in. informacji i dokumentów związanych z wdrażaniem PO KL do Bazy Wiedzy; 3. przesyłanie drogą elektroniczną informacji bezpośrednio do portali branżowych np. o tematyce funduszowej, finansowej czy stowarzyszeń itp.; 4. przesyłanie drogą elektroniczną informacji bezpośrednio na adresy mailowe podane przez zainteresowanych potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, dotyczące ogłaszanych konkursów lub innych działań podejmowanych przez MJWPU np. organizowanych konferencji, spotkań czy szkoleń 5. administrowanie użytkownikami Bazy Wiedzy i Portalu Funduszy Europejskich					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2f	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Wymiana doświadczeń	Spotkania informacyjne	Zapewnienie profesjonalnych kadr, wymiana doświadczeń oraz koordynowanie działań instytucji zaangażowanych w promocję PO KL i EFS	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje uczestniczenie na zaproszenie w spotkaniach roboczych instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL w kraju i za granicą, np. spotkania Informacyjnych Grup Roboczych, Regionalnych Grup Roboczych itp. spotkania służące wymianie doświadczeń pomiędzy instytucjami zaangażowanymi w promocję PO KL i EFS.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2m	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Punkty Informacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prowadzenie Głównego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie,</li> <li>- prowadzenie Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w regionach: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce,</li> <li>- udzielanie indywidualnych konsultacji podczas dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego na zaproszenie urzędów gmin województwa mazowieckiego,</li> <li>- pomoc dla beneficjentów w rozliczaniu projektów.</li> </ul>	<p>Informowanie ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, młodzieży, zainteresowanych mieszkańców Mazowsza na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013. Usprawnienie procesu związanego z realizacją i rozliczaniem projektów tak, aby wykorzystanie środków w ramach RPO WM było jak najbardziej efektywne. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym w szczególności RPO WM. Wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie</p>	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. prowadzenie Głównego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie; 2. prowadzenie Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce); 3. koordynację Sieci Punktów Informacyjnych; 4. udzielanie indywidualnych konsultacji podczas dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego na zaproszenie urzędów gmin województwa mazowieckiego; 5. pomoc dla beneficjentów w rozliczaniu projektów.					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
10.2n	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Publikacja ogłoszeń o naborach RPO WM, artykuły sponsorowane	- ogłoszenia w prasie oraz publikacja na stronie internetowej MJWPU, mailing, - artykuły sponsorowane w tygodnikach lokalnych, - dodatki specjalne (inserty).	Informowanie ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, zainteresowanych mieszkańców Mazowsza na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, w tym stopnia wdrażania, informowanie o planowanych wydarzeniach, upowszechnianie korzyści, w tym „dobrych praktyk” płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje publikację: 1. ogłoszeń w prasie m.in. nt. naborów, szkoleń, wydarzeń organizowanych przez MJWPU w zakresie promocji RPO WM; 2. artykułów sponsorowanych w tygodnikach lokalnych, kolportowanych w Ciechanowie, Ostrołęce, Płocku, Radomiu, Siedlcach; 3. dodatków specjalnych (inserty).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.					
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.					
W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.2o	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o Programie	- druk, dystrybucja oraz publikacja na stronie internetowej MJWPU biuletynu informacyjnego RPO WM „Fundusze Europejskie dla rozwoju Mazowsza”, - publikacja nowo opracowanego albumu promującego „dobre praktyki”, prezentującego zdjęcia i informacje o około 30 projektach o charakterze industrialnym i infrastrukturalnym, zrealizowanych w ramach RPO WM. - wydanie publikacji analitycznej, poświęconej analizie kryteriów oceny projektów współfinansowanych w ramach RPO WM, takich jak np. wprowadzanie nowych produktów lub usług, bezpieczeństwo ekologiczne, wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy regionu, jak i zawierającej wskazówki dla beneficjentów RPO WM, jak mogą kształtować swoje projekty, tak aby w jak największym stopniu spełniały ww. kryteria.	Przekazanie ogółowi społeczeństwa, potencjalnym beneficjentom, beneficjentom, zainteresowanym mieszkańcom Mazowsza oraz na obszarze wspólnoty europejskiej informacji niezbędnych do ubiegania się o środki unijne, promocja „dobrych praktyk”, kształtowanie świadomości społeczeństwa w zakresie postępów realizacji RPO WM oraz prezentacja efektów wykorzystania funduszy unijnych na Mazowszu.	styczeń - grudzień 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie obejmuje: 1. publikację biuletynu informacyjnego RPO WM „Fundusze Europejskie dla rozwoju Mazowsza”; 2. publikację nowo opracowanego albumu promującego „dobre praktyki”, prezentującego zdjęcia i informacje (w językach polskim i angielskim) o około 30 projektach o charakterze industrialnym i infrastrukturalnym, zrealizowanych w ramach RPO WM; 3. wydanie publikacji analitycznej, poświęconej zarówno analizie kryteriów oceny projektów współfinansowanych w ramach RPO WM, takich jak np. wprowadzanie nowych produktów lub usług, bezpieczeństwo ekologiczne, wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy regionu, jak i zawierającej wskazówki dla beneficjentów RPO WM, jak mogą kształtować swoje projekty, tak aby w jak największym stopniu spełniały ww. kryteria.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2p	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Konferencje, duże wydarzenia	<p>Narzędzia użyte podczas kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- event (targi oraz konferencja);</li> <li>- reklama radiowa;</li> <li>- reklama w prasie;</li> <li>- Internet;</li> <li>- outdoor.</li> </ul>	<p>Podsumowanie dotychczasowego wdrażania RPO WM na Mazowszu w 2012 r. Upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM na Mazowszu. Zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM, dotarcie z rzetelną, aktualną informacją o RPO WM, promocja „dobrych praktyk”, nawiązanie bliższej</p>	czerwiec - listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie obejmuje organizację dwudniowej konferencji Open Days oraz organizację III Forum Rozwoju Mazowsza. Celem konferencji Open Days będzie przede wszystkim podsumowanie dotychczasowego wdrażania RPO na Mazowszu w 2012 r. III Forum Rozwoju Mazowsza to wydarzenie targowo-konferencyjne dedykowane głównie beneficjentom Mazowsza, którego celem jest upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM w województwie mazowieckim oraz promocja „dobrych praktyk” wynikających z korzystania z Funduszy Europejskich.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2q	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Kampania promocyjna o szerokim zasięgu	Narzędzia użyte podczas kampanii: - event (turniej wiedzy – spotkania z mieszkańcami i beneficjentami); - reklama radiowa (krótkie reportaże, wywiady z uczestnikami); - reklama w prasie (foto-story z każdego odcinka); - Internet (emisja każdego z odcinków - streaming); - emisja w TVP Warszawa (pasmo regionalne TVP INFO)	Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2012 r. (efekty w ujęciu regionalnym), upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM (efekty w ujęciu regionalnym), zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM na Mazowszu.	kwiecień - czerwiec 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje przygotowanie, produkcję oraz emisję programu telewizyjnego pt: "Turniej regionów: gramy dla rozwoju Mazowsza". W każdym programie będzie przeprowadzony konkurs z wiedzy o Regionalnym Programie Operacyjnym (np. o rezultatach czy wpływie na rozwój regionu).					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.2r	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Kampanie promocyjne	- II część edukacyjnej gry komputerowej „Mazowsze: Pogoń w Czasie” - przygotowanie i promocja, - kampania informacyjno-promocyjna promująca „dobre praktyki” w ramach RPO WM. W ramach działania zostaną zakupione emisje materiałów prezentujących projekty realizowane i zrealizowane w ramach RPO WM. Forma i koncepcja prezentacji zostanie opracowana przez oferentów biorących udział w postępowaniu, - produkcja materiałów programowych na temat dobrych praktyk RPO WM i zakup czasu antenowego.	Podsumowanie dotychczasowego wdrażania RPO WM na Mazowszu w 2012 r. Upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM na Mazowszu. Zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM, dotarcie z rzetelną, aktualną informacją o RPO WM, promocja „dobrych praktyk”.	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. przygotowanie i promocję II części edukacyjnej gry komputerowej „Mazowsze: Pogoń w Czasie”; 2. przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej promującej „dobre praktyki” w ramach RPO WM, 3. produkcja materiałów programowych na temat dobrych praktyk RPO WM.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2s	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych	<p>Działanie obejmuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produkcja materiałów promocyjnych.</li> </ul> <p>Materiały informacyjno-promocyjne zostały dobrane w taki sposób, by mogły wspomagać działania informacyjne i promocyjne, jakie będzie organizować MJWPU (np. III Forum Rozwoju Mazowsza, konferencje, spotkania informacyjne, działania szkoleniowe), a także na innych masowych imprezach, w których MJWPU będzie uczestniczyć na zaproszenie podmiotów zewnętrznych np. V Forum Funduszy Europejskich, Paradzie Schumanna, czy podczas Open Days w Brukseli.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych przez GPI (np. materiały konferencyjne, materiały promocyjne).</li> </ul>	Promocja RPO WM na Mazowszu, promocja „dobrych praktyk” wśród ogółu społeczeństwa, dzieci, młodzieży, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, zainteresowanych mieszkańców Mazowsza	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. Produkcja materiałów promocyjnych RPO WM; 2. Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych przez GPI.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2t	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	<p>Działanie obejmuje udział w imprezach organizowanych w województwie mazowieckim przez podmioty zewnętrzne, m.in. w wydarzeniach plenerowych, targach, wystawach, piknikach, itp. lub przekazywanie materiałów informacyjno-promocyjnych do dystrybucji w czasie tych imprez.</p> <p>Udział w V Forum Funduszy Europejskich, organizowanym przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.</p>	Promocja RPO WM na Mazowszu, promocja „dobrych praktyk” wśród ogółu społeczeństwa, dzieci, młodzieży, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, zainteresowanych mieszkańców Mazowsza. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym	styczeń - grudzień 2012 r.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Udział w imprezach organizowanych w województwie mazowieckim przez podmioty zewnętrzne. Udział w V Forum Funduszy Europejskich, organizowanym przez MRR.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2u	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Kontakt z mediami	<ul style="list-style-type: none"> <li>- opracowanie i publikacja komunikatów, informacji prasowych na stronie <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a> m.in. dotyczących uruchamianych naborów, wydarzeń, organizowanych konferencji,</li> <li>- mailing do dziennikarzy (komunikaty, informacje prasowe, sprostowania, polemiki),</li> <li>- organizacja spotkań prasowych,</li> <li>udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych z komórek merytorycznych.</li> </ul>	<p>Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2012 r. (efekty w ujęciu regionalnym), upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM (efekty w ujęciu regionalnym), zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM na Mazowszu.</p> <p>Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym w szczególności RPO WM</p>	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje m.in.: 1. opracowanie i publikację komunikatów, informacji prasowych na stronie <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a> ; 2. mailing do dziennikarzy; 3. organizację spotkań prasowych; 4. udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2v	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Zlecenie tłumaczenia, przygotowania opracowań, ekspertyz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- monitoring mediów,</li> <li>- tłumaczenie publikacji,</li> <li>- tłumaczenie materiałów filmowych.</li> </ul>	Informowanie ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, zainteresowanych mieszkańców Mazowsza oraz obszaru wspólnoty europejskiej o stopniu wdrażania RPO WM w 2012 r., upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM (efekty w ujęciu regionalnym), zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO	luty - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. monitoring mediów; 2. tłumaczenie publikacji; 3. tłumaczenie materiałów filmowych.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2w	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Spotkania informacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spotkania z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami, które mają charakter wymiany informacji,</li> <li>- organizacja Dni Otwartych w Oddziałach Zamiejscowych,</li> <li>- organizacja przez GPI spotkań informacyjnych na wybrane tematy dotyczące Funduszy Europejskich.</li> </ul>	Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2012 r. (efekty w ujęciu regionalnym), upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM (efekty w ujęciu regionalnym), zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM na Mazowszu. Wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie aplikowania o środki w ramach	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. organizację spotkań z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami, które mają charakter wymiany informacji; 2. organizację Dni Otwartych w Oddziałach Zamiejscowych; 3. organizację przez GPI spotkań informacyjnych na wybrane tematy dotyczące Funduszy Europejskich.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					



L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2x	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Szkolenia	Działanie obejmuje organizację szkoleń.	Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2012 r. (efekty w ujęciu regionalnym), upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM (efekty w ujęciu regionalnym), zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM na Mazowszu. Wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie aplikowania o środki oraz rozliczania projektów w ramach RPO WM.	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie obejmuje zorganizowanie około 65 szkoleń:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. szkolenia podstawowe (z elementami warsztatów) organizowane w Warszawie (nt. wypełniania Mazowieckiego Elektronicznego Wniosku Aplikacyjnego oraz dokumentacji konkursowej organizowanych naborów wniosków),</li> <li>2. szkolenia podstawowe organizowane na terenie Oddziałów Zamiejscowych (nt. wypełniania Mazowieckiego Elektronicznego Wniosku Aplikacyjnego oraz dokumentacji konkursowej organizowanych naborów wniosków),</li> <li>3. szkolenia organizowane na terenie Mazowsza, na zaproszenie np. gmin, starostw i innych podmiotów,</li> <li>4. szkolenia specjalistyczne (skierowane do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w celu podniesienia poziomu wiedzy z danego zakresu tematycznego niezbędnego do prawidłowej realizacji projektów. Dotyczyć będą tematyki tworzenia, biznes planu, studium wykonalności, prawa zamówień publicznych, unijnej zasady konkurencyjności, kontroli projektów, okresu trwałości projektów oraz zarządzania projektami).</li> <li>5. szkolenia celowe 1-dniowe oraz 2-dniowe (wdrożeńowe) z elementami warsztatów w zakresie zarządzania projektem, monitoringu, rozliczania wniosków o płatność, sprawozdawczości projektów oraz informacji i promocji realizowanych projektów.</li> </ol>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2y	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Seminaria	Działanie obejmuje organizację seminariów w Warszawie.	Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2012 r. (efekty w ujęciu regionalnym), upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM (efekty w ujęciu regionalnym), zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM na Mazowszu. Wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie aplikowania o środki oraz rozliczania projektów w ramach RPO WM.	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje organizację 4 seminariów w Warszawie. Każdorazowo seminarium przeprowadzane będzie przy minimum 50% ilości uczestników w odniesieniu planowanej maksymalnej ilości miejsc na seminarium. Seminaria planowane są dla grup 50-osobowych. Tematyka związana jest z zagadnieniami, które sprawiają największe problemy podczas pisania i realizacji projektu. Często są to tematy, które łączą w sobie zagadnienia z różnych dziedzin, np. prawo zamówień publicznych w nawiązaniu do kontroli projektów. Seminaria prowadzone są w formie wykładu kończącego się panelem dyskusyjnym lub indywidualnymi konsultacjami.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego. Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.					
10.2z	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Turniej wiedzy dla uczniów szkół gimnazjalnych i średnich	Zadanie ma na celu prezentację zrealizowanych inwestycji, pokazanie możliwości jakie niesie za sobą RPO WM 2007-2013, jak również promocję Programu.	Młodzież - uczniowie szkół gimnazjalnych oraz średnich z terenu Mazowsza, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza	styczeń - listopad 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Zadanie ma na celu prezentację zrealizowanych inwestycji, pokazanie możliwości jakie niesie za sobą RPO WM 2007-2013, jak również promocję Programu. Turniej będzie realizowany w trzech etapach: Etap I: udział weźmie w nim 9 szkół (wybranych spośród wszystkich szkół gimnazjalnych i średnich z woj. mazowieckiego na podstawie eliminacji polegającej na napisaniu biznes planu - zgodnie z wzorem RPO WM - dla jednego z obiektów/ instytucji ze swojego regionu tj. szkoła, kościół, rynek, hala sportowa, basen, dom kultury itp. Drużyny, których biznes plany będą najlepsze wezmą udział w turnieju), które wystawią reprezentację składającą się z 15 uczestników. Na tym poziomie odpadną 3 zespoły, do etapu II przejdzie 6 reprezentacji. Etap II: na tym etapie odpadną kolejne 3 zespoły, do etapu III przejdą 3 reprezentacje. Etap III: w finale zespoły będą walczyły o poszczególne miejsca na podium. Przewidywana ilość uczestników biorących udział w turnieju - ok. 270 osób. Pozostałe szkolenia planowane są dla grup od 20 do 30 osób w zależności od rodzaju szkolenia (podstawowe, specjalistyczne, celowe). Każdorazowo szkolenie przeprowadzane jest przy minimum 50% ilości uczestników w odniesieniu planowanej maksymalnej ilości miejsc na dane szkolenie.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2ż	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Serwisy internetowe RPO WM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bieżąca aktualizacja oraz obsługa strony <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a>,</li> <li>- bieżąca aktualizacja „Mapy dotacji UE na Mazowszu”,</li> <li>- przekazywanie informacji do portalu nt. Funduszy Europejskich tworzonego przez MRR,</li> <li>- przekazywanie informacji do Bazy Wiedzy tworzonej przez MRR,</li> <li>- administrowanie użytkownikami Bazy Wiedzy,</li> <li>- mailing informacji.</li> </ul>	<p>Promocja RPO WM na Mazowszu, promocja „dobrych praktyk” wśród ogółu społeczeństwa, dzieci, młodzieży, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, zainteresowanych mieszkańców Mazowsza.</p> <p>Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym</p>	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
Działanie obejmuje: 1. bieżąca aktualizacja oraz obsługa strony <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a> ; 2. bieżąca aktualizacja „Mapy dotacji UE na Mazowszu”; 3. przekazywanie informacji do portalu nt. Funduszy Europejskich tworzonego przez MRR; 4. przekazywanie informacji do Bazy Wiedzy tworzonej przez MRR; 5. administrowanie użytkownikami Bazy Wiedzy; 6. mailing informacji.					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>W miarę możliwości zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze , aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
10.2z	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Spotkania robocze	Działanie obejmuje organizację grup studyjnych (study tour) dla ogólnopolskich instytucji zaangażowanych we wdrażanie i wydatkowanie środków finansowych w ramach EFRR oraz przedstawicieli mediów związanych z tematyką Funduszy Unijnych.	Promocja RPO WM na Mazowszu, promocja „dobrych praktyk” wśród instytucji uczestniczących w realizacji RPO zaangażowanych w finansowanie i wdrażanie projektów realizowanych w ramach EFRR, dziennikarze, środowiska opiniotwórcze. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym w	maj - wrzesień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Działanie obejmuje organizację 4 grup studyjnych (study tour) dla ogólnopolskich instytucji zaangażowanych we wdrażanie i wydatkowanie środków finansowych w ramach EFRR oraz przedstawicieli mediów związanych z tematyką Funduszy Unijnych. Głównym tematem spotkań oraz warsztatów będzie omówienie oraz prezentacja „dobrych praktyk”, którym towarzyszyć będzie wystawa mobilna ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi omawiane przykłady. Cele grup studyjnych: prezentacja „dobrych praktyk”, wymiana doświadczeń, nawiązanie kontaktów i współpracy. W ramach działania planowane są wizyty w miejscach, w których zrealizowano inwestycje ze środków pozyskanych z RPO WM. MJWPU zorganizuje dwa objazdy obejmujące: Mazowsze północne oraz Mazowsze południowe. Kolejne dwie wizyty studyjne zostaną przeprowadzone dla przedstawicieli mediów. Planowane są odwiedziny w min. sześciu inwestycjach zrealizowanych dzięki środkom RPO WM oraz prelekcje, podczas których zaproszeni goście będą mogli zapoznać się z projektami oraz dowiedzieć się o korzyściach jakie przyniosła ich realizacja.</p>					
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
10.2aa	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych	Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim	Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań organizowanych zarówno w kraju, jak i zagranicą.	Promocja RPO WM na Mazowszu, promocja „dobrych praktyk” wśród instytucji uczestniczących w realizacji RPO zaangażowanych w finansowanie i wdrażanie projektów realizowanych w ramach EFRR, dziennikarze, środowiska opiniotwórcze. Upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym w	styczeń - grudzień 2012 r.
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<p>Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań organizowanych zarówno w kraju, jak i zagranicą. Spotkania robocze pomiędzy: - pracownikami MJWPU, a pracownikami UM WM, - pracownikami MJWPU, a pracownikami MRR, - pracownikami MJWPU, a pracownikami innych instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich, - pracownikami MJWPU, a pracownikami innych województw, którzy zajmują się wdrażaniem Funduszy Europejskich, - pracownikami IZ RPO WM, a pracownikami innych instytucji uczestniczących w zarządzaniu i wdrażaniu Funduszy Europejskich, a także innymi przedstawicielami zainteresowanych stron (zależne od tematyki spotkania).</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.</p>					
<p><b>(11) Departament Geodezji i Kartografii</b></p>					
11a	Departament Geodezji i Kartografii	Publikacja artykułów prasowych dotyczących projektu: „Wypracowanie i wdrożenie innowacyjnych metod integracji danych katastralnych, mapy zasadniczej i Bazy Danych Topograficznych oraz modernizacja usług publicznych świadczonych przez Służbę Geodezyjną i Kartograficzną”	Publikacja 6 artykułów w prasie branżowej (zapytanie ofertowe) w tytułach takich jak np. Przegląd Geodezyjny, Geodeta, dziennikach ogólnopolskich takich jak np. Rzeczpospolita – dodatek Ekonomia i Rynek, Gazeta Wyborcza – dodatek Mój Biznes, Gazeta Prawna, Puls Biznesu, czasopiśmie o zasięgu międzynarodowym takim jak np. GIM International.	Rozpowszechnienie i popularyzacja wiedzy o mazowieckich projektach z dziedziny geodezji i kartografii.	do 15 kwietnia 2012 r.
<p><b>OPIS DZIAŁANIA</b></p>					
<p>Objętość każdego z artykułów nie będzie przekraczała 10 standardowych stron maszynopisu (1 800 znaków), przy czym dla prasy codziennej nie będą przekraczały 5 stron maszynopisu (1 800 znaków). Dla każdego artykułu będą dołączone dołączenia elementy graficzne, takie jak np. logotypy wszystkich Partnerów Projektu (łącznie powierzchnia ok. 30 cm<sup>2</sup>, a także dwóch elementów o większym formacie (łącznie powierzchnia ok. 400 cm<sup>2</sup>) takich jak zdjęcia lub rysunki czy wykresy. Artykuły w dziennikach ogólnopolskich będą publikowane wyłącznie w polskiej wersji językowej, artykuły w polskiej prasie branżowej będą publikowane w języku polskim i dołączany będzie abstrakt (objętość ok. 500 znaków) w języku polskim i angielskim, artykuł w czasopiśmie międzynarodowym zostanie wydrukowany w angielskiej wersji językowej.</p>					
<p><b>OCENA *</b></p> <p><b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b></p>					
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach informacyjnych i pamiątkowych oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: <i>Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZS75-11-2 2 2/KP)</i></p>					

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
11b	Departament Geodezji i Kartografii	Publikacja w prasie regionalnej, informacji dotyczącej projektów: „Wypracowanie i wdrożenie innowacyjnych metod integracji danych katastralnych, mapy zasadniczej i Bazy Danych Topograficznych oraz modernizacja usług publicznych świadczonych przez Służbę Geodezyjną i Kartograficzną”. „Przyspieszenie wzrostu konkurencyjności województwa mazowieckiego, przez budowanie społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy poprzez stworzenie zintegrowanych baz wiedzy o Mazowszu”. „Rozwój elektronicznej administracji w samorządach województwa mazowieckiego wspomagającej niwelowanie dwudzielności potencjału województwa”.	Publikacja wkładki tematycznej w 6 Tygodnikach Mazowieckich: Tygodniku Ciechanowskim, Tygodniku Płockim, Tygodniku Siedleckim, Tygodniku Ostrołęckim, Życiu Żyrardowa i Echu Dnia (wydanie radomskie).	Rozpowszechnienie i popularyzacja wiedzy o mazowieckich projektach z dziedziny geodezji i kartografii oraz budowy społeczeństwa informacyjnego na Mazowszu.	2012 r. w zależności od cyklu wydawniczego zaplanowanego przez Biuro Prasowe

#### OPIS DZIAŁANIA

Objętość wkładki 4 strony formatu A3. Całość podzielona zostanie na trzy odrębne działy tematyczne dotyczące każdego z trzech realizowanych przez Departament GiK projektów. Informacje zredagowane w formie krótkich zwięzłych tekstów z dużą ilością informacji graficznej takich jak: infografiki, zdjęcia, wykresy, mapki. Działanie we współpracy z Biurem Prasowym.

#### OCENA \*

##### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach informacyjnych i pamiątkowych oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.  
W celu zapewnienia zgodności projektów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.11.2.2.2/KP)*

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
11c	Departament Geodezji i Kartografii	Konferencja informacyjna projektu: „Przyspieszenie wzrostu konkurencyjności województwa mazowieckiego, przez budowanie społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy poprzez stworzenie zintegrowanych baz wiedzy o Mazowszu”.	Przed konferencją: - informacja o wydarzeniu na stronie projektu oraz stronie Departamentu GiK. - zaproszenia i agenda dla uczestników spotkania, 700 osób W trakcie konferencji: - plakaty informacyjne oraz promujące projekt - gadżety promocyjne projektu - prezentacja multimedialna Po konferencji: Relacja z konferencji informacja na stronie projektu i Departamentu GiK.	Omówienie z partnerami oraz ekspertami stanu zaawansowania prac, wzajemna wymiana doświadczeń nabytych podczas realizacji projektu. Promocja projektu wśród przedstawicieli jednostek samorządu, środowisk naukowych i działalności gospodarczej.	IV kwartał 2012 r. w zależności od realizacji harmonogramu kluczowych zadań projektowych.

#### OPIS DZIAŁANIA

W trakcie konferencji partnerzy projektu i zaproszeni eksperci omówią stanu zaawansowania prac przy realizacji projektu: „Przyspieszenie wzrostu konkurencyjności województwa mazowieckiego, przez budowanie społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy poprzez stworzenie zintegrowanych baz wiedzy o Mazowszu”. W konferencji wezmą udział przedstawiciele 325 jednostek samorządu terytorialnego, będący partnerami projektu, przedstawiciele Urzędu Marszałkowskiego, Przedstawiciele Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii, Związku Banków Polskich, Ministerstwa Infrastruktury.  
W ramach konferencji zaplanowano wystąpienia merytoryczne i panel dyskusyjny.

#### OCENA \*

#### Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach informacyjnych i pamiątkowych oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; procedurze: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami*

*Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.11.2.2/KP)*

11d	Departament Geodezji i Kartografii	Konferencja informacyjna projektu: „Rozwój elektronicznej administracji w samorządach województwa mazowieckiego wspomagającej niwelowanie dwudzielności potencjału województwa”.	Przed konferencją: - informacja o wydarzeniu na stronie projektu oraz stronie Departamentu GiK. - zaproszenia i agenda dla uczestników spotkania, 700 osób W trakcie konferencji: - plakaty informacyjne oraz promujące projekt - gadżety promocyjne projektu - prezentacja multimedialna Po konferencji: Relacja z konferencji informacja na stronie projektu i Departamentu GiK.	Omówienie z partnerami oraz ekspertami stanu zaawansowania prac, wzajemna wymiana doświadczeń nabytych podczas realizacji projektu. Promocja projektu wśród przedstawicieli jednostek samorządu, środowisk naukowych i działalności gospodarczej.	IV kwartał 2012 r. w zależności od realizacji harmonogramu kluczowych zadań projektowych.
-----	------------------------------------	--	--	---	--

#### OPIS DZIAŁANIA

W trakcie konferencji partnerzy projektu i zaproszeni eksperci omówią stanu zaawansowania prac przy realizacji projektu: „Rozwój elektronicznej administracji w samorządach województwa mazowieckiego wspomagającej niwelowanie dwudzielności potencjału województwa”. W konferencji wezmą udział przedstawiciele 325 jednostek samorządu terytorialnego, będący partnerami projektu, przedstawiciele Urzędu Marszałkowskiego, Przedstawiciele Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii, Związku Banków Polskich. W ramach konferencji zaplanowano wystąpienia merytoryczne oraz panel dyskusyjny.

L.p.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Planowany termin i miejsce realizacji działania
<b>OCENA *</b>					
<b>Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p style="text-align: center;">Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach informacyjnych i pamiątkowych oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.</p> <p>W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Upowszechnianie kultury i promocja województwa; podprocesie: <i>Zarządzanie Marką Mazowsze</i>; procedurze: <i>Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ5.II.2.2.2/KP)</i></p>					



**HARMONOGRAM REALIZACJI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W KRAJU I ZAGRANICĄ PODEJMOWANYCH PRZEZ SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO  
W 2012 ROKU**

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
<b>(1) Kancelaria Marszałka</b>													
1a	Summer Fest - wydarzenie kulturalno-promocyjne												
1b	10-lecie Biura Przedstawicielskiego Województwa Mazowieckiego w Brukseli - Uroczysta recepcja.												
1c	Forum Regionów Polski i Rosji												
1d	Obchody 10-lecia współpracy województwa mazowieckiego z Krajem Związkowym Brandenburgii (Niemcy)												
1e	Branżowe spotkania informacyjne z udziałem mazowieckich przedsiębiorców z wybranej branży przy udziale Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB)												
1f	Targi inwestycyjne MIPIM												
1g	Targi Real Vienna												
1h	Targi Real Expo												
1i	Międzynarodowe Targi Mebli FIM HABITAT												
1j	Targi WorldFood / WorldFoodTech / Ingredients 2012 Międzynarodowe Targi Żywności, Napojów i Technologii /												
1k	Konferencja jubileuszowa 2 lata COIE												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
<b>(2) Kancelaria Sejmiku</b>													
2a	Nagroda Samorządu Województwa Mazowieckiego im. C. K. Norwida												
<b>(2) Kancelaria Sejmiku</b>													
<b>(2.1) Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie</b>													
2.1a	XIII Mazowieckie Dni Rolnictwa i Mazowiecka Wystawa Zwierząt Hodowlanych W targach uczestniczy ok. 450 wystawców oraz ok. 30 tys. zwiedzających												
2.1b	XIV Dzień Kukurydzy i Buraka Uczestniczy: ok. 90 wystawców oraz ok. 3000 producentów rolnych i mieszkańców Mazowsza												
2.1c	VII Jesienny Jarmark „od pola do stołu” Uczestnicy: ok. 70 wystawców i ok.2000 mieszkańców regionu Północnego Mazowsza												
2.1d	XX Olimpiada Młodych Producentów Rolnych Uczestnicy: młodzi rolnicy z powiatów: płońskiego, ciechanowskiego, mławskiego, pułtuskiego i żuromińskiego												
2.1e	XIX Mazowieckie Targi Rolne i Przedsiębiorczości Uczestnicy: ok. 100 wystawców i ok. 5 tys. zwiedzających z terenu Mazowsza.												
2.1f	IV Festiwal Miodu Ziemi Sochaczewskiej „W słońcu Mazowsza” Uczestnicy: około 50 firm i ok. 3 tys. zwiedzających												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
2.1g	XIV Dni Kukurydzy Województw Mazowieckiego i Łódzkiego oraz Ogólnopolska Prezentacja Odmian Kukurydzy Uczestnicy: około 130 firm i ok.10 tys. zwiedzających												
2.1h	„Dobre praktyki rolnicze w produkcji zwierzęcej zgodne z ustawą o ochronie zwierząt” Uczestnicy: rolnicy z powiatów makowskiego, ostrołęckiego, ostrowskiego, przasnyskiego i wyszkowskiego, doradcy MODR, lekarze wet. Liczba uczestników – około 150 osób												
2.1i	Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych „Święto Mleka”, Płoniały Bramura Uczestnicy: rolnicy i mieszkańcy obszarów wiejskich głównie powiatów: makowskiego, ostrołęckiego, przasnyskiego, ciechanowskiego, ostrowskiego, pułtuskiego. Okolo 4000 uczestników.	termin nie został podany											
2.1j	„Dni Kukurydzy” w Andrzejewie gm. Andrzejewo Uczestnicy: rolnicy głównie powiatu ostrowskiego. Okolo 2000 uczestników.												
2.1k	„Targi Ekologiczne” w Ostrołęce Uczestnicy: mieszkańcy głównie miasta Ostrołęka i okolic. Okolo 4000 uczestników.												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
2.1l	Impreza targowo-wystawiennicza „XXI Giełda Rolnicza” na Mazowszu. Uczestnicy: ok. 150 wystawców i ok. 8-9 tys. zwiedzających z terenu Północnego Mazowsza.												
2.1ł	Wystawa rolnicza pn. „XIX Międzynarodowe Dni z Doradztwem Rolniczym” Uczestnicy: 50 tys. osób z terenu całego Mazowsza												
2.1m	„Konkurs na najlepsze gospodarstwo ekologiczne”- V edycja												
2.1n	Konkurs: „Innowacyjne gospodarstwo agroturystyczne”												
2.1o	Katalog agroturystyczny: „Turystyka wiejska na Mazowszu”												
2.1p	"Agroliga 2012"												
2.1r	Odnawialne źródła energii - konferencja												
<b>(3) Departament Organizacji</b>													
3a	Współpraca z organizacjami pozarządowymi												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.1) Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr. Józefa Psarskiego w Ostrołęce</b>													
4.1a	Badania profilaktyczne z zakresu chorób układu krążenia Edukacja zdrowotna z zakresu chorób układu krążenia												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.2) Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie</b>													
4.2a	Program SZKOŁA PROMOCJI ZDROWIA												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.3) Krajowy Ośrodek Mieszkalno-Rehabilitacyjny dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku</b>													
4.3a	Uczestnictwo w corocznej konferencji Rehabilitacji Stwardnienia Rozsianego –RIMS Uczestnicy: ok. 350 osób z całego świata												
4.3b	Wyjazd szkoleniowo-informacyjny do Haldensleben (wyżywienie i zakwaterowanie na koszt zapraszającego ośrodka Senior Hilfe)												
4.3c	Uczestnictwo w organizowanej przez Polskie Towarzystwo Stwardnienia Rozsianego ogólnopolskiej kampanii informacyjnej „Symfonia Serc”. Uczestnicy: ok. 1000 os.												
4.3d	Uczestnictwo w corocznej imprezie charytatywnej „Pomagajmy Razem” Uczestnicy: ok. 100 osób												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.4) Wojewódzki Szpital Chirurgi Urazowej św. Anny w Warszawie</b>													
4.4a	IX Mazowieckie Dni Chirurgiczne												
4.4b	Misje medyczne RP - Misja medyczna do Polaków - Południowa Bukowina												
4.4c	Zjazd Polskiego Towarzystwa Ortopedycznego i Traumatologicznego												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.5) Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku</b>													
4.5a	Zakończenie roku szkolnego w Szkole Promocji Zdrowia												
4.5b	Uroczyste otwarcie Szpitalnego Oddziału Ratunkowego												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.6) Wojewódzki Szpital Zakaźny w Warszawie</b>													
4.6a	Kalendarze a. trójdzielne b. planszowe												
4.6b	Konferencje, w tym międzynarodowe sympozja, szkolenia												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
<b>(4.7) Samodzielny Specjalistyczny Zespół Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Dr. Teodora Dunina w Rudce</b>													
4.7a	Obchody uroczystości 100-lecia laboratorium prątką gruźlicy w Samodzielnym Specjalistycznym Zespole Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr. Teodora Dunina w Rudce. Konferencja naukowa dla 120 - 150 osób z terenu całej Polski, w większości z Mazowsza.												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.8) Szpital Dziecięcy im. Prof. Med. Jana Bogdanowicza SPZOZ</b>													
4.8a	Promocja logo województwa mazowieckiego												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.9) Centrum Leczniczo-Rehabilitacyjne i Medycyny Pracy "ATTIS" - SPZOZ</b>													
4.9a	Wykonanie materiałów informacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem działalności medycznej w zakresie leczenia szpitalnego												
4.9b	Organizacja festynu z okazji Dnia Dziecka												
4.9c	Kolejna edycja kalendarzy firmowych												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.10) Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu</b>													
4.10a	III Interdyscyplinarna Konferencja Naukowa pn. „Cukrzyca jako problem interdyscyplinarny współczesnej medycyny”												
4.10b	Dzień otwarty w poradni diabetologicznej.												
4.10c	Dzień otwarty w poradni ginekologiczno-położniczej.												
4.10d	Spotkanie na temat chorób nowotworowych u kobiet.												
	Szkoła Promocji Zdrowia												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
<b>(4.11) Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej</b>													
4.11a	Wojewódzka kampania społeczna „Porozumienie dla trzeźwości”												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.12) SPZOZ "RM-MEDITRANS" Siedlce</b>													
4.12a	Zabezpieczenie medyczne wyścigu kolarskiego Tour de Pologne												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.13) Wojewódzki Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. Prof. Eugeniusza Wilczkowskiego w Gostyninie</b>													
4.13a	Przyjęcie przedstawicieli Fundacji Socjalno - Medycznej na Wschodnią Europę z Holandii												
4.13b	Wizyta delegacji z Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej z Langenfeld												
4.13c	Wyjazd przedstawicieli Zespołu do Reńskiej Kliniki Psychiatrycznej w Langenfeld												
<b>(4) Departament Zdrowia</b>													
<b>(4.14) Międzyzleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie</b>													
4.14a	XII Olimpiada Szkół Promocji Zdrowia Uczestnicy: przedstawiciele Samorządu Województwa Mazowieckiego, 350 uczniów biorących udział w Programie „Szkoła Promocji Zdrowia” z terenu Mazowsza, opiekunowie, koordynatorzy, zaproszeni goście. Hasło olimpiady: „Bezpiecznie i zdrowo żyć”												
4.14b	Otwarcie budynku F W Międzyzleskim Szpitalu Specjalistycznym w Warszawie Uczestnicy: przedstawiciele organu założycielskiego, zaproszeni goście, personel szpitala.												
<b>(5) Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich</b>													
5a	Targi Fruit Logistica 2012												
5b	Targi BioFach 2012												
5c	V Edycja Konkursu o Laur Marszałka												
5d	Targi Produktów Regionalnych „Regionalia”												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
5e	IV Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL												
5f	Dzień Ziemi												
5g	Konkurs „Przyjazna Wieś”												
5h	Konkurs „Smak Ekologicznej Żywności”												
5i	Dożynki Województwa												
5j	VI Mazowiecki Kongres Obszarów Wiejskich												
5k	POLAGRA FOOD 2012 Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych „Smaki Regionów”												
<b>(6) Departament Środowiska</b>													
6a	Prezentacja „Program Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego na lata 2011-2014 z uwzględnieniem perspektywy do 2018 r.”												
6b	Prezentacja „Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza na lata 2012 – 2017 z uwzględnieniem lat 2018 - 2023” wraz z aktualizacją „Programu usuwania wyrobów zawierających azbest z terenu województwa mazowieckiego”												
6c	IV Edycja Konkursu Ekologicznego dla dzieci w wieku przedszkolnym z terenu Województwa Mazowieckiego												
6d	X Edycja Konkursu Ekologicznego dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjów												
6e	Zakończenie i podsumowanie VIII edycji Konkursu - zbiórka makulatury dla przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych z terenu Województwa Mazowieckiego												
6f	Udział w obchodach „Światowego Dnia Ziemi” oraz w „VII Warszawskich Dniach recyklingu”												



L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
6g	Przygotowanie publikacji z zakresu ochrony środowiska (kształtowanie właściwych nawyków u społeczeństwa) – opracowanie projektu oraz wydruk.												
6h	Kampanie medialne z zakresu edukacji ekologicznej												
6i	Wyjazdy zagraniczne do Belgii / Region Bruksela - Stolica oraz do Szwecji / Region Sztokholm												
6j	Współpraca międzynarodowa z Moskwą												
6k	Współpraca międzynarodowa ze Sztokholmem												
<b>(6) Departament Środowiska</b>													
<b>(6.1) Mazowiecki Zespół Parków Krajobrazowych</b>													
6.1a	Wydawanie kwartalnika „Parki Krajobrazowe Mazowsza” - Mazowiecki Park Krajobrazowy												
6.1b	Publikacja z okazji 25 - lecia Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Czesława Łaszka.												
6.1c	Dzień Otwarty w Mazowieckim Parku Krajobrazowym im. Cz. Łaszka pn „25 lat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego”.												
6.1d	Dwudniowa konferencja z okazji 25-lecia Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Cz. Łaszka												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
6.1e	Konkursy ekologiczne np. „Poznaj swoją rzekę” - Brudzeński Park Krajobrazowy "Szkolny piórnik - Chojnowski Park Krajobrazowy „Przyrodniczy konkurs edukacyjny dla szkół z terenu MPK - 25 lat Mazowieckiego Parku Krajobrazowego im. Czesława Łaszka” - Mazowiecki Park Krajobrazowy, „Dokarmiamy ptaki zimą – szkolny karmnik” - Brudzeński Park Krajobrazowy, Mazowiecki Park Krajobrazowy, Kozienicki Park Krajobrazowy, Chojnowski Park Krajobrazowy, „Pomagamy płazom” - Kozienicki Park Krajobrazowy, „Moje spotkania z Puszcza” - Kozienicki Park Krajobrazowy, „Nadbużańskie spotkania z przyrodą” - Nadbużański Park Krajobrazowy												
6.1f	Wydanie kalendarza na rok 2013 oraz pokłosa konkursu „Moje spotkania z Puszcza” - Kozienicki Park Krajobrazowy												
6.1g	Opracowanie i opublikowanie drugiego, rozszerzonego wydania książeczki - malowanki pokazującej gatunki płazów występujących na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego, ich cechy morfologiczne i wybrane aspekty z biologii.												
6.1h	Opracowanie i wydanie publikacji edukacyjnej dot. wodnych organizmów wskaźnikowych przydatnych do oceny czystości wód powierzchniowych - w ramach zadania „Monitoring środowiska przyrodniczego Kozienickiego Parku Krajobrazowego”												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
6.1i	Wydanie mapy przyrodniczo - krajoznawczej, przewodnika po szlakach rowerowych Puszczy Kozienickiej, folderów, ulotek,												
6.1j	Zorganizowanie warsztatów ekologicznych dla uczniów oraz warsztatów ekologicznych dla nauczycieli w ramach zadania „Edukacja dla zrównoważonego rozwoju na terenie Kozienickiego Parku Krajobrazowego w 2012 r.”												
6.1k	Organizacja dwudniowej konferencji pn. "Jak każdy z nas może chronić parki krajobrazowe Mazowsza" / "Razem naprawiamy nasz mały świat" - Chojnowski Park Krajobrazowy												
6.1l	Dodruk albumu „Ptaki Brudzeńskiego Parku Krajobrazowego” - Brudzeński Park Krajobrazowy												
6.1l	Wydanie plakatu edukacyjnego z kalendarium na 2013 rok - Mazowiecki Park Krajobrazowy												
6.1m	Współpraca międzynarodowa												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
6.1n	Wystawa z okazji 25-lecia Mazowieckiego Parku Krajobrazowego w Mazowieckim Urzędzie Wojewódzkim w Warszawie oraz w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego												
<b>(7) Departament Opłat Środowiskowych</b>													
7a	Akcja szkoleniowo-promocyjna z zakresu opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach Uczestnicy: około 350 osób z terenu województwa mazowieckiego oraz osoby z innych województw zakwalifikowane na szkolenia ze względu na miejsce korzystania ze środowiska												
7b	Wykonanie broszury informacyjno-edukacyjnej na temat opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach												
7c	Akcja informacyjno – promocyjna w mediach – spoty reklamowe na temat opłat środowiskowych.												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
8a	Otwarcie Sezonu Turystycznego Województwa Mazowieckiego												
8b	II edycja programu Paszport Turystyczny Województwa Mazowieckiego												
8c	Sejmik Turystyczny Województwa Mazowieckiego												
8d	Złot Turystów Województwa Mazowieckiego												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8e	Udział w targach turystycznych												
8f	Nagroda Marszałka Województwa Mazowieckiego												
8g	Konkurs Fotograficzny Mazowsze Bliskie Sercu												
8h	Dożynki Województwa Mazowieckiego												
8i	Materiały promocyjne: spot/film promujący Województwo Mazowieckie, materiały informacyjne dot. oferty turystycznej Mazowsza, kalendarze na rok 2013, artykuły prasowe												
8j	„Stolica Kultury Mazowsza”												
8k	Bieżąca współpraca z Samorządami Woj. Maz. oraz lokalnymi organizacjami kulturalnymi przy organizacji przedsięwzięć kulturalnych												
8l	Mazowieckie Zdarzenia Muzealne - Wierzba												
8ł	Cykl audycji promujących mazowiecką kulturę i sztukę pt „Strefa Mazowsze”												
8m	Działania w zakresie opiniowania projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze												
8n	Zapewnianie oprawy wizualnej podczas wydarzeń organizowanych i współorganizowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego												
8o	Konferencja ”II Kongres Promocji Mazowsza” Uczestnicy: ok. 200 osób												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.1) Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach</b>													

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.1a	Otwarcie sezonu koncertowego: Laureaci nagrody "Złoty Parnasów" VI Forum Pianistycznego "Bieszczady bez granic" w Sanoku ( fortepian) Michał Chorościński ( recytacja)  Wystawa ze zbiorów Płockiej Galerii Sztuki.												
8.1b	Koncert chopinowski Edward Wolanin ( fortepian) Krzysztof Gosztyła ( recytacja) Wystawa pastelii autorstwa Krystyny Brzozowskiej „ Pejzaż”												
8.1c	Koncert dedykowany Pamięci Tatiany Szabanowej i Krzysztofa Kolbergera Wykonawcy : Rodzina Drzewieckich –Jarosław Drzewiecki, Stanisław Drzewiecki z żoną Jekateriną Sarajewą Drzewicką, Recytacja poezji -Anna Romantowska  Wystawa malarstwa autorstwa Tadeusza Zaremba „ Sanniki bliżej morza”												
8.1d	„ Wieża malowana” – wspomnienie o Wojciechu Siemionie „, Wykonawcy: Joanna Maklakiewicz – fortepian Joanna Kasperska i Józef Plesa  Wystawa fotograficzna wspomnienia o Wojciechu Siemionie w opracowaniu Anny Sobol												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.1e	Koncert chopinowski Wykonawcy: Karol Radziwonowicz –fortepian Recytacja ;Edyta Jungowska  Wystawa Malarstwo Jakuba Ćwiczekowskiego												
8.1f	Koncert „ Muzyczna Europa” Wykonawcy: Teresa Kaban – fortepian Henryk Błążej - flet Recytacja – Piotr Bajor i Ewa Domańska poezja noblistów z Europy.  Wystawa zbiorowa „ Podróże po Europie”												
8.1g	Recital fortepianowy Wykonawcy: Anna Jastrzębska - Quinn –fortepian, Tomasz Bajerski –fortepian, Stanisława Celińska poezja śpiewana Wystawa -Malarstwo Alojzego Balcerzaka												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.1h	Recital fortepianowy Wykonawcy: Elżbieta Karaś –Krasztel – fortepian Recytacja- Dariusz Kuba Jakubowski Wystawa malarstwa Marcina Cabak												
8.1i	„ Karawany Europy” Plenerowe spektakle teatralne, atrakcyjne działania animacyjne. Współpraca z Mazowieckim Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie												
8.1j	„44 Niedziela sannicka” Festyn ludowy/ impreza plenerowa połączona z muzyką klasyczną (koncert operetkowy) i muzyka współczesna												



L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.1k	Koncert chopinowski Wykonawcy: Maria Stańczyk – fortepian Recytacja -Maria Pakulnis  Wystawa malarstwa Janusza Lewandowskiego												
8.11	Koncert chopinowski Wykonawcy; Jerzy Sterczyński – fortepian, Anna Seniuk – recytacja  Wystawa pastelii Barbary Perlikowskiej												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.11	Wieczór narodowy „Romanse rosyjskie” Rosja na bis z cyklu imprez narodowych: Wykonawcy: Wiesław Bednarek –baryton, Andrzej Płonczyński i- fortepian, Tadeusz Melon –skrzypce.												
8.1m	Festiwal „z Pasją na Ty” Projekt interdyscyplinarny												
8.1n	„Piękno odnalezione” Udział w projekcie promującym organizowanym przez Fundację „Postive Image „w Świdnicy.												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.1o	„Projekt rozwoju i promocji Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach w świetle zakończenia realizacji projektu w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 pn.: „Rewaloryzacja Zespołu Pałacowo-Parkowego im. Fryderyka Chopina”.												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.2) Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie</b>													
8.2a	Ekspozycja na XVIII Międzynarodowych Targach Wydawców Katolickich w Warszawie												
8.2b	III Warszawskie Targi Książki w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie	termin nie został podany											
8.2c	Bieżąca promocja projektów realizowanych przez Instytut (papieskie sympozja, sesje, koncerty, konkursy, panele, warsztaty)	wg. grafiku działań poszczególnych projektów											
8.2d	Kursy doskonalenia zawodowego dla nauczycieli w zakresie edukacji aksjologicznej według nauczania Jana Pawła II												
8.2e	Dziecięca Akademia Teatralna im. Karola Wojtyły												
8.2f	Papieskie Dęby w Szpitalach Dziecięcych												
8.2g	Ogólnopolski Konkurs Papieski												
8.2h	Warsztaty ekumeniczne dla gimnazjalistów												
8.2i	Filmowe spotkania o Janie Pawle II												
8.2j	Papamobile - Superstar												
8.2k	Sobotnie Pokazy filmowe dla dzieci												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.2i	„Chcemy Pamiętać”												
8.2j	Archiwum Wspomnień JP2												
8.2m	Konferencje związane z nauczaniem Jana Pawła II												
8.2n	Wychowanie w szkole wg nauczania Jana Pawła II												
8.2o	Dzień Papieski 2012												
8.2p	Rocznica śmierci Jana Pawła II												
8.2r	Rocznica beatyfikacji błogosławionego Jana Pawła II												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.3) Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie</b>													
8.3a	Sezon teatralny 2011/2012 i 2012/2013 na Bielańskiej Scenie Kameralnej Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury w Warszawie  Widownia: na każdym spektaklu może być maksymalnie 210 osób												
8.3b	Sezon teatralny Mazowieckiego Teatru Muzycznego 2011/2012 i 2012/2013 w Sali Koncertowej Filharmonii Narodowej. Widownia: każdorazowo na koncercie może być 1072 osoby												
8.3c	Sezon teatralny Mazowieckiego Teatru Muzycznego 2011/2012 i 2012/2013 na SCENIE W MUZEUM. Widownia: każdorazowo na przedstawieniu może być 120 osób												
8.3d	Uroczysta Gala Rozdania Teatralnych Nagród Muzycznych im. Jana Kiepury w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach. Widownia: na koncercie może być maksymalnie 540 osób												
8.3e	3. Koncert GUSTAW HOLOUBEK IN MEMORIAM w Zamku Królewskim w Warszawie. Widownia: w Sali Wielkiej Ansamblovej widownia może pomieścić maksimum 400 (w zależności od wielkości orkiestry)												
8.3f	Światowa prapremiera współczesnej operetki "Dwie Myszy i Kot" w Filharmonii Narodowej. Widownia: każdorazowo na koncercie może być 1072 osoby												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.3g	Premiera spektaklu "Edith i Marlene" w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.4) Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie</b>													
8.4a	Kampania promocyjna "Kierunek Kultura: Multipolis"												
8.4b	Kampania promocyjna projektu "Cięcie/Nierozpoznane wymiary rozwoju kulturalnego"												
8.4c	Promocja projektu Blok3												
8.4d	Promocja projektu Muzyczni Edukatorzy												
8.4e	Kampania promocyjna festiwalu InQbator Ulicy												
8.4f	Kampania promocyjna projektu Karawana												
8.4g	Promocja projektu Inspiracje												
8.4h	Promocja 35. Konkursu Warszawska Syrenka												
8.4i	Promocja Mazowieckiego Festiwalu Teatrów Amatorskich												
8.4j	Promocja projektu Odkrywanie Tradycji Mazowsza												
8.4k	Promocja przewodników z cyklu "Tradycja Mazowsza"												
8.4l	Kampania promocyjna Mazowieckiej Akademii Książki												
8.4i	Kampania promocyjna cyklu Mazowsze w Koronie												
8.4m	Kampania promocyjna festiwalu "Mazovia Goes Baroque"												
8.4n	Kampania promocyjna festiwalu "Chopiniana"												
8.4o	Promocja i reklama Nagrody Norwida												
8.4p	Kampania promocyjna finału konkursu Grafika Warszawska												
8.4q	Kampania promocyjna Festiwalu Sztuki 3M Woda												
8.4r	Promocja projektu "Lato na wsi"												
8.4s	Promocja Galerii MCKiS												
8.4t	Promocja Nocy Muzeów w Galeriach MCKiS												
8.4u	Promocja Mazowieckiego Funduszu Filmowego												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.4v	Folder repertuarowy MCKiS/12 wydań miesięcznych												
8.4w	Kalendarz na 2013 rok: "Legendy z Mazowsza"												
8.4x	Projekt medialny MG/MGB - Młodzieżowa Gazeta Mazovia Goes Baroque												
8.4y	Projekt promocyjno-marketingowy Scena E12												
8.4z	Benefis Mazowieckiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku												
8.4ż	www.mckis.waw.pl Strona internetowa Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki												
8.4z	Projekt internetowy MazowieckaKsiazka.pl Sklep internetowy												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.5) Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu</b>													
8.5a	Obrazy uniwersalne, lokalne i domowe - Wystawa malarstwa, filmów video i działań w przestrzeni publicznej Piotra C. Kowalskiego i Joanny Janiak												
8.5b	Wystawa prac Marcina Berdyszaka "Sztuczne złudzenia"												
8.5c	Wystawa prac Kamila Kuskowskiego "Szczęście w nieszczęściu"												
8.5d	Sztuka a poznanie. Wystawa poplenerowa artystów posługujących się językiem geometrii												
8.5e	Wystawa prac Zbigniewa Gostomskiego i wydanie monografii o artyście												
8.5f	Noc Muzeów												
8.5g	Wystawa prac Czesława Radzkiego												
8.5h	Kino na trawie												
8.5i	Wystawa prac Aleksandra Olszewskiego												
8.5j	Wystawa prac Juliana Raczko												
8.5k	Wystawa pt. "Garnitur"												
8.5l	Wystawa prac Agnes Janich												
8.5l	Wystawa prac Wiesława Łuczaja												
8.5m	VI Zimowy Przegląd Filmowy "Koksownik"												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.5n	VI Festiwal Sztuki im. Jerzego Buszy "Random in Radom"												
8.5o	Dwujęzyczna strona internetowa												
8.5p	Stała współpraca z informatorami kulturalnymi												
8.5r	Stała współpraca z lokalnymi i krajowymi mediami												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.6) Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie</b>													
8.6a	Promocja wystawy „Minangkabau. Kultura i sztuka Sumatry												
8.6b	Promocja wystawy „Pamiętka z podróży na Wschód”												
8.6c	Promocja wystawy „Biżuteria Afganistanu”												
8.6d	Promocja wystawy „Ornament w sztuce Indonezji” (tytuł roboczy)												
8.6e	Promocja wystawy „Broń indonezyjska ze zbiorów MAiP” realizowanej w Państwowym Muzeum Wschodu w Moskwie	działania promocyjne rozpoczną się w końcu 2012 r. Wystawa planowana na początek 2013 r.											
8.6f	Cykl wystaw fotograficznych w księgarni Traffic Club												
8.6g	Noc Muzeów 2012												
8.6h	Promocja spotkań muzealnych												
8.6i	Publikacja informatora muzealnego												
8.6j	Udział Muzeum w publikacji tomu konferencyjnego „South-East Asia: Art, Cultural Heritage and Artistic Relations with Europe-Poland”												
8.6k	Współpraca z organizacjami pozarządowymi i organizatorami wydarzeń kulturalnych o podobnym profilu												
8.6l	Udział w programie Samorządu Województwa Mazowieckiego „Paszport turystyczny Województwa Mazowieckiego”												
8.6f	Patronaty nad studenckimi projektami naukowymi i kulturalnymi												
8.6m	Działania promocyjne związane z otwarciem nowej siedziby MAiP, planowanym na rok 2013												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.7) Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie</b>													
8.7a	Reklama Muzeum												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.7b	Reklama działalności Muzeum												
8.7c	Promocja wydawnictw Muzeum												
8.7d	Promocja wydawnictw Muzeum na tagach												
8.7e	Reklama multimedialna												
8.7f	Reklama w wydawnictwach albumowych												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.8) Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu</b>													
8.8a	Wykład p. Ryszarda Czajowskiego - podróżnika, operatora filmowego, autora programów telewizyjnych pt. "Trudno uwierzyć ale to wszystko Afryka". Wykład będący jednym z cyklu działań promocyjnych dotyczących wystawy "Tajemnice Czarnego Łądu"												
8.8b	Koncert na zakończenie wystawy "Tajemnice krakowskiego Bractwa Kurkowego" połączony ze spotkaniem Radomskiego Bractwa Kurkowego im. Św. Sebastiana.												
8.8c	Promocja imprezy Żydowska Noc Muzealna 2012 w Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu												
8.8d	Otwarcie wystawy "Galeria malarstwa polskiego XIX i XX w." oraz wykład związany z promocją wystawy "Galeria malarstwa polskiego XIX i XX w."												
8.8e	Promocja wystawy "Grecja i Rzym". Spotkanie z metodykami radomskimi (poloniści, historycy, nauczyciele wiedzy o kulturze, oraz geografowie).												
8.8f	Wieczór słowiański - impreza promująca wystawę "Badania archeologiczne nad Mleczną wczoraj i dziś."												



L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.8g	Promocja uroczystych obchodów 50. lecia działalności Muzeum Jana Kochanowskiego w Czarnolesie - oddziału Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.9) Muzeum Kolejnictwa w Warszawie</b>													
8.9a	NOC MUZEÓW												
8.9b	Dzień Dziecka												
8.9c	Oddział Muzeum w Sochaczewie - otwarcie sezonu turystycznego kolejki wąskotorowej												
8.9d	Dni Techniki Kolejowej												
8.9e	Lato na Głównym												
8.9f	Podróż z Koziółkiem Matolkiem												
8.9g	Dni Transportu Publicznego												
8.9h	Europejskie Dni Dziedzictwa												
8.9i	Zamknięcie sezonu turystycznego Wąskotorowej Kolejki w Sochaczewie												
8.9j	Ogólnopolski Tydzień Czytania Dzieciom												
8.9k	Tydzień z książką												
8.9l	Rola Kolei w walce o niepodległość Polski												
8.9m	Dzień Kolejarza												
8.9n	Mikołajki z Mikołajem												
8.9n	Międzynarodowy Dzień Niepełnosprawnych												
8.9o	Spotkania poetyckie pod hasłem „Przedział słów”												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.9p	Spotkania wspomnieniowe dla seniorów												
8.9q	Weekend dla modelarzy kolejowych z całej Polski												
8.9r	Wspomnienia kolejowych klubów sportowych												
8.9s	Warsztaty teatralne												
8.9t	Makieta kolejowa 1:32												
8.9u	„Szalona Lokomotywa”												
8.9v	Wystawa prac Igora Przybylskiego												
8.9w	Wystawa Plakatu Turystycznego i Kolejowego ze zbiorów Muzeum Plakatu w Wilanowie												
8.9x	Wystawa młodego fotografika Tomasza Jacykowa „Współczesna polska kolej”												
8.9y	Wystawa działań pracowni konserwatorskiej												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.10) Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce</b>													
8.10a	Uroczyste obchody 181. rocznicy Bitwy pod Ostrołęką 26 maja 1831 roku oraz zakończenie realizacji projektu "Ponarwie"												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.11) Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie</b>													
8.11a	Pimpus Sadelko na 102!												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.11b	Sztuka i krytyka u nas czyli tortura czarownicy. Marian Wawrzyniecki (1863-1943)												
8.11c	Broniewski - ale jaki!												
8.11d	Bruno Schulz. Rzeczywistość przesunięta												
8.11e	Bruno Schulz												
8.11f	Władysław Sebyła												
8.11g	Otwarcie ekspozycji w Muzeum Josepha Conrada w Berdyczowie												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.12) Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu</b>													
8.12a	Wystawa "Wokół jednego obrazu - Sejmik bocianów" Władysława Aleksandra Maleckiego. Obrazy ze zbiorów Muzeów Narodowych w Warszawie, Krakowie, Kielcach i Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu												
8.12b	Wystawa "Wokół instrumentu-harmonia"												
8.12c	Wykład prof. dr hab. Zbigniewa Przerembskiego "Dudy w staropolskiej tradycji muzycznej"												
8.12d	Wykład prof. Stanisława Żaka "Mit kultury chłopskiej na podstawie twórczości Wiesława Myślińskiego"												
8.12e	Wykład Alojzego Obornego "Wokół jednego obrazu - Sejmik bocianów"												
8.12f	Spotkania z publicznością "Wokół przedmiotu - muzyczne asocjacje, muzyczne wspomnienia"												
8.12g	Promocja lekcji muzealnych												
8.12h	Festiwal harmonistów z czterech powiatów												
8.12i	Koncert muzyki klasycznej z cyklu "Inspiracje muzyką ludową"												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.12j	Koncert muzyki jazzowej z cyklu "Inspiracje muzyką ludową" w wykonaniu Kwartetu Grzegorza Tomaszewskiego												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.13) Muzeum Mazowieckie w Płocku</b>													
8.13a	WYSTAWA CZASOWA Płock – portret miasta												
8.13b	WYSTAWA CZASOWA: Malarstwo Andrzeja Walaska, Zdzisława Kruszyńskiego oraz rzeźba Jana Stenkowskiego												
8.13c	WYSTAWA CZASOWA Portret ze Świata												
8.13d	WYSTAWA CZASOWA Między symbolem a metaforą												
8.13e	WYSTAWA CZASOWA Plener u wójta												
8.13f	WYSTAWA CZASOWA Medale z daru Tadeusza Boguckiego												
8.13g	WYSTAWA CZASOWA Płock – industrialny portret miasta												
8.13h	WYSTAWA CZASOWA Malarstwo Stanisława Koguciuka												
8.13i	WYSTAWA CZASOWA Stefan i Franciszka Themerson												
8.13j	WYSTAWA CZASOWA ZHP w Płocku												
8.13k	WYSTAWA CZASOWA Megaloty – kamienne giganty												
8.13l	WYSTAWA CZASOWA 50 lat Płockiego Towarzystwa Fotograficznego im. Aleksandra Macieży												
8.13l	WYSTAWA STAŁA Rzemiosło artystyczne (metal, ceramik, biżuteria) okresu secesji												
8.13m	Promocja programu edukacyjnego na rok szkolny 2012/2013												
8.13n	Promocja działalności Muzeum Mazowieckiego poprzez kwartalnik Biuletyn Muzealny												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.13o	Upowszechnianie zagadnień historycznych, archeologicznych, etnograficznych Mazowsza poprzez półrocznik Nasze Korzenie												
8.13p	SESJA - Drzwi Płockie												
8.13q	5 ODCZYTÓW dot. sztuki, historii, archeologii												
8.13r	4 SPOTKANIA z cyklu Konfrontacje historyczne												
8.13s	6 KONCERTÓW muzyki poważnej i rozrywkowej												
8.13ś	Portrety – WYDARZENIE INTERDYSCYPLINARNE (wystawa, konkurs, koncerty, spotkania)												
8.13t	Spotkanie z kulturą etniczną - Tajlandia lub Konfrontacje antropologiczne. Sztuka ludowa												
8.13u	3 SPOTKANIA z cyklu Środy literackie												
8.13w	Noc w Muzeum												
8.13x	Jarmark Tumski – Impreza plenerowa (współorganizacja)												
8.13y	VII Piknik Archeologiczny – Impreza plenerowa												
8.13z	Kiermasz bożonarodzeniowy												
8.13ż	Uroczystość wręczenia nagród im. Wł. Hasióra												
8.13ż	3 spotkania z cyklu Zasłużeni dla kultury Mazowsza												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.14) Muzeum Niepodległości w Warszawie</b>													

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.14a	Uroczyste otwarcie ekspozycji czasowych zaplanowanych na rok 2012: 1) „Pamięć o wojnie” 2) „Architektura Polski Niepodległej” 3) „Grafika lwowska – miasto i ludzie” 4) „Mieczysław Paszkiewicz” 5) „Galeria autoportretu współczesnego” 6) „Wojna 1812 r.” 7) „Gustaw Hadyna – w 65. rocznicę urodzin” 8) „Kolekcja Leopoldis w zbiorach Muzeum Niepodległości” 9) „Kultura studencka 1956-1989” 10) „Grypsy Jerzego H. Szczęśniewskiego, więźnia Pawiaka i KL Lublin” 11) „Marian Kratochwil – grafiki lwowskie” 12) „Kierunek Wierszyna – SYBIRACY”												
8.14b	Imprezy towarzyszące wystawom stałym i w/w ekspozycjom czasowym												
8.14c	Spotkania cykliczne, np.: • „W salonie u Radziwiłłów” • „KLIOTEKA Salon Książki Historycznej” • „Spotkania Krzemienieckie” • „Filmowe Konfrontacje Historyczne” • „Poezja z niepodległością w tle” • Promocje książek (własnych oraz zaproszonych do współpracy wydawnictw) • „Przez tundrę, tajgę i stepy” • „Rodzinna Niedziela w Muzeum Niepodległości”												
8.14d	Organizacja zajęć w ramach Ferii i Wakacji w MN												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.14e	Organizacja konkursów o tematyce historycznej z uwzględnieniem aspektów niepodległościowych: • „Kresowe portrety” • Konkurs krasomówczy • „Niepodległa” • „Mazowsze, moja mała Ojczyzna”												
8.14f	Organizacja imprez wpisanych na stałe do kalendarza muzealnego: 1) Noc Muzeów 2) Europejskie Dni Dziedzictwa na Mazowszu												
8.14g	Organizacja imprez wynikających ze specyfiki MN: 1) Dni Pamięci Więzienia Pawiak 2) Dni Niepodległości 3) Konferencje tematyczne												
8.14h	Udział w imprezach organizowanych we współpracy z partnerami, np. 1) Bieg Niepodległości 2) Udział w konferencjach metodycznych dla nauczycieli, w spotkaniach dla słuchaczy uniwersytetów trzeciego wieku itp.												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.15) Muzeum Regionalne w Siedlcach</b>													
8.15a	Galeria sztuki polskiej ze zbiorów własnych „Malarstwo i grafika Kazimierza Szwainowskiego w 10. rocznicę śmierci artysty”												
8.15b	Dąbrowa – zespół dworsko-parkowy w fotografii Sławomira Kordaczuka												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.15c	„Dał nam przykład Bonaparte ... Polskie dążenia do niepodległości w okresie napoleońskim”												
8.15d	„Cisza pamięci” malarstwo Grupy „Ławeczka”												
8.15e	„Reduta Żeromskiego” wystawa autorstwa Barbary Wachowicz												
8.15f	„XXII Tradycje Wielkanocne”												
8.15g	„Muzy u Jacka” – Noc Muzeów 2012												
8.15h	Sesja naukowa „Dwór podlaski – tradycja, tożsamość, przyszłość”												
8.15i	„Dni Niepodległej” uroczystości z okazji 94. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości												
8.15j	„Adwentowe granie” XVIII konkurs gry na ligawkach dla wykonawców z południowego Podlasia i wschodniego Mazowsza												
8.15k	Cykliczne uroczystości religijno- patriotyczne upamiętniające wybuch II wojny światowej oraz uczenie pamięci więźniów Karnego Obozu Pracy w Treblince												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.16) Muzeum Romantyzmu w Opinogórze</b>													
8.16a	200. rocznica urodzin Zygmunta Kraśińskiego. Warszawa – Opinogóra Uczestnicy: 1000 os. z Mazowsza												



L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.16b	Konferencja naukowa „Kraśnińskiego światy zapomniane” współorganizacja z Uniwersytetem Mikołaja Kopernika w Toruniu i Wydawnictwem Naukowym UMK. Uczestnicy: 500 os. z Polski (cały kraj)												
8.16c	Lekcje teatralne Uczestnicy: 300 osób (młodzież szkolna)												
8.16d	Teatralna Niedziela w Muzeum Uczestnicy: 150 osób (mieszkańcy Opinogóry, Ciechanowa i okolic)												
8.16e	Noc Muzeów Uczestnicy: 800 os, mieszkańcy Mazowsza												
8.16f	500 koncert muzyki i poezji Uczestnicy: 200 osób, z terenu Mazowsza												
8.16g	Zabawa u Pana Hrabiego Uczestnicy: 300 os., dzieci z powiatu ciechanowskiego												
8.16h	Noc Poetów w ramach Jesieni Poezji współorganizacja z Powiatowym Centrum Kultury i Sztuki oraz Związkiem Literatów na Mazowszu												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.17) Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie</b>													
8.17a	Wystawa "Art Futbol" prezentująca dynamiczne prace fotograficzno - malarskie Piotra Pawińskiego												
8.17b	Wystawa i konkurs plastyczny "Piłka nożna na poważnie i wesoło" prezentująca prace plastyczne dzieci związane ze sportową tematyką Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012												
8.17c	Wystawa "Sto lat Olimpijskich Konkursów Sztuki 1912 - 2012"												
8.17d	Gieldy kolekcjonerów pamiątek sportowych												
8.17e	Noc Muzeów												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.17f	Festiwal Filmów Piłkarskich												
8.17g	Wystawa "Rosyjska Piłka Nożna na Plakatach i w Dokumentach"												
8.17h	Wystawa "Piłkarskie Sztuczki Techniczne"												
8.17i	Przegląd Filmów Alpinistycznych												
8.17j	Współorganizacja biura zawodów cyklu maratonów rowerowych "Mazovia - MTB"												
8.17k	Jubileusz 60-lecia												
8.17l	Udział w pikniku archiwalnym w PAN												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.18) Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie</b>													
8.18a	XXXI Mazowieckie Zapusty												
8.18b	Noc Muzeów												
8.18c	Kwiaty Ogrodów												
8.18d	Rewitalizacja Zamku Książąt Mazowieckich w Ciechanowie												
8.18e	Majowe Muzykowanie												
8.18f	Udział Muzeum Szlachty Mazowieckiej w projekcie „Piękno odnalezione”												
8.18g	Spotkania z historią dawniej Spotkania ze Średniowieczem												
8.18h	Zajazd szlachecki												
8.18i	Bieżąca promocja												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.19) Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu</b>													
8.19a	NIEDZIELA PALMOWA W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w Niedzielę Palmową. Zasięg imprezy: regionalny. Uczestnicy – ok. 2000 osób												
8.19b	GRY I ZABAWY WIELKANOCNE Impreza plenerowa organizowana w Poniedziałek Wielkanocny. Zasięg imprezy: regionalny. Uczestnicy – ok. 2000 osób												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.19c	NIEDZIELA W SKANSENIE – cykl imprez plenerowych organizowanych w każdą niedzielę i święto od maja do końca września. Zasięg imprezy: ogólnopolski Uczestnicy – ok. 15000 osób												
8.19d	NOC MUZEÓW Impreza plenerowa organizowana w trzeci weekend maja. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 2000 osób												
8.19e	GOTOWANIE NA POLANIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę maja. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok.2000 osób												
8.19f	DZIEŃ DZIECKA W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę czerwca. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób												
8.19g	MIODOBTRANIE W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę lipca. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób												
8.19h	ŻNIWA W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę sierpnia. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób												
8.19i	WYKOPKI W SKANSENIE Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę września. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.19j	DZIEŃ SADOWNIKA Impreza plenerowa organizowana w pierwszą niedzielę października. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 1500 osób												
8.19k	RZEŻBA - TWÓRCZOŚĆ EDMUNDA SZPANOWSKIEGO Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 500 osób												
8.19l	WIELKANOC NA MAZOWSZU Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 15000 osób												
8.19ł	ROK POLSKI W TRADYCYJNYCH ZAJĘCIACH CODZIENNYCH Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 40000 osób												
8.19m	BOŻE NARODZENIE NA MAZOWSZU Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 3000 osób												
8.19n	POLACY W BRAZYLII Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 500 osób												
8.19o	ADAM KOLAŃKOWSKI - MALARSTWO Wystawa czasowa. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 500 osób												
8.19p	TRADYCYJNA PALMA WIELKANOCNA Konkurs plastyczny. Zasięg wydarzenia: regionalny Uczestnicy – ok. 100 osób												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.19q	WOJEWÓDZKI KONKURS POEZJI IM. STEFANA GOŁĘBIEWSKIEGO Zasięg wydarzenia: regionalny. Uczestnicy: 100 osób.												
8.19r	Ogólnopolska Konferencja Naukowa MIĘDZY RZECZĄ A RZECZYWISTOŚCIĄ. EKSPONATY, KOPIE ODZWIERCIEDLENIE - PRZEDMIOTY I ICH ROLA W EKSPOZYCJI MUZEALNEJ Uczestnicy: 100 osób z terenu całej Polski. Zasięg: ogólnopolski												
8.19s	Spotkania naukowe DALEKO, BLISKO, TUŻ ZA MIEDZĄ... Zasięg: regionalny Uczestnicy: 200 osób												
8.19ś	Promocja działalności MWM w Sierpcu												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.20) Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu</b>													
8.20a	Konferencja prasowa promująca System Identyfikacji Wizualnej Muzeum Wsi Radomskiej. Uczestnicy: przedstawiciele mediów												
8.20b	Konferencja prasowa promująca nowy portal internetowy Muzeum Wsi Radomskiej. Uczestnicy: przedstawiciele mediów												
8.20c	Kampania ATL w ramach budowy jednolitej marki Muzeum Wsi Radomskiej												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
<b>(8.21) Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie</b>													
8.21a	X Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie „Powrót do korzeni”- Rzym Starożytny												
8.21b	X Turniej Rycerski „Opierścien księżnej Anny” na Zamku w Liwie												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.22) Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie</b>													
8.22a	Wystawa „Papirusy, mumie, złoto. Michał Tyszkiewicz i 150-lecie pierwszych polskich i litewskich wykopalisk w Egipcie”												
8.22b	Wystawa „Megalithy – kamienne giganty”												
8.22c	Klub Młodych Miłośników Archeologii												
8.22d	Dzień Przyjaźni Polsko-Węgierskiej: wystawa: - „Generał Józef Bem - bohater Polski i Węgier” - „Codziennie nowe odkrycie – zdjęcia z wykopalisk”												
8.22e	Spotkania konserwatorskie „Sztuka Konserwacji 2012”												
8.22f	Wystawa „Hawarte. Last Masterpieces of Ancien Painting”, „Hawarte- Ostatnie Arcydzieła Mistrzów Antyku”												
8.22g	Noc Muzeów												
8.22h	„Lato w mieście” – zajęcia i lekcje muzealne dla dzieci pozostających na wakacje w Warszawie												
8.22i	Wystawa „Archeologiczna autostrada” z Muzeum Archeologicznego w Krakowie												
8.22j	Europejskie Dni Dziedzictwa												
8.22k	Festiwal Nauki Polskiej												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.22l	Inscenizacja historyczna „Noc Listopadowa 1830 – zdobycie Warszawskiego Arsenalu”												
8.22ł	Wydawnictwa własne i o tematyce archeologicznej												
8.22m	Wystawa „Boży bojownicy. Jan Żiżko i husyci w walkach z zakonem krzyżackim” w Muzeum Regionalnym w Kozienicach												
8.22n	Wystawa „Boży bojownicy. Jan Żiżko i husyci w walkach z zakonem krzyżackim” w Muzeum Nyireghaza na Węgrzech												
8.22o	Wystawa „Czas i rzeka. Dolina Liwca u schyłku starożytności” Muzeum Archeologiczne w Krakowie												
8.22p	Wystawa „Skarby wieków średnich” w Muzeum Śląska Opolskiego w Opolu												
8.22q	Wystawa „Skarby wieków średnich” w Muzeum w Ratzbonie (Niemcy)												
8.22r	Wystawa „Skarby wieków średnich” w Muzeum w Brandenburgii (Niemcy)												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.23) Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie</b>													
8.23a	Kampanie informacyjno-wizerunkowe promujące działalność Państwowego Muzeum Etnograficznego (PME) (ATL/BTL)												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.23b	Kompleksowa i zróżnicowana oferta usług i produktów PME - wystawy stałe i czasowe - lekcje i warsztaty - inne wydarzenia artystyczne i naukowe												
8.23c	Utrwalanie marki PME												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.24) Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku</b>													
8.24a	Pam Valentine <b>"Kochankowie nie z tej ziemi"</b> . Reżyseria: Piotr Urbaniak, scenografia: Joanna Schoen												
8.24b	Międzynarodowy Dzień Teatru. Premiera spektaklu: Jerzy Szaniawski <b>"Żeglarz"</b> . Reżyseria: Maciej Kowalewski, scenografia Piotr Rybkowski												
8.24c	Szymon Bogacz <b>"Trzech mężczyzn w różnym wieku"</b> . Reżyseria: Julia Pawłowska, scenografia: Joanna Jaśko-Sroka. Spektakl zgłoszony na Konkurs Polskiej Dramaturgii współczesnej												
8.24d	Udział w uroczystości otwarcia Centrum Kultury w Sierpcu: Jan Nowicki <b>"Rozmowy z Piotrem"</b> .												
8.24e	Rainer Lewandowski <b>"Już tylko Hamlet"</b> . Reżyseria: Marek Mokrowiecki, scenografia: Mikołaj Łakomski												
8.24f	Wystawa czasowa zdjęć, plakatów i afiszy sztuk zrealizowanych w płockim Teatrze latach 1975-2012.												
8.24g	Dni Historii Płocka. Spektakl plenerowy pt. <b>"775"</b> , przygotowany w rocznicę lokacji Płocka.												
8.24h	Radosław Paczocha <b>"Być jak Kazimierz Deyna"</b> . Reżyseria: Michał Kotoński.												
8.24i	W dzień dwusetnej rocznicy pierwszej premiery: <b>happening na ulicach Płocka</b> (centralne obchody 200-lecia płockiego Teatru).												



L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.24j	Wernisaż wystawy "200 lat plockiego Teatru" w Muzeum Mazowieckim w Plocku.												
8.24k	Dwudniowa Sesja Naukowa w Towarzystwie Naukowym Plockim, przygotowana przez wieloletniego kierownika literackiego Teatru dr. <b>Bohdana Urbankowskiego</b>												
8.24l	Odsłonięcie <b>pamiątkowego postumentu</b> w miejscu, w którym stanął w 1812 r. Teatr (Tumskie												
8.24ł	Marek Mokrowiecki "Komedianci w Plocku". Przedpremierowa wystawa.												
8.24m	Udział w festiwalu im. Stefana Themersona SkArPA.												
8.24n	Uroczyste nabożeństwo w plockiej Bazylice Katedralnej, poświęcone pamięci pracowników Teatru, z udziałem: Zespołu Teatru Dramatycznego w Plocku, Plockiej Orkiestry Symfonicznej, Chóru Pueri <i>Cantores Ploccensis</i>												
8.24o	Premiera spektaklu dla dzieci												
8.24p	<b>Wydanie publikacji książkowej pt. „200 lat plockiego Teatru”</b> , zawierającej pokłosie Sesji Naukowej (referaty) oraz bogaty materiał faktograficzny zawierający kalendarium najważniejszych wydarzeń (zdjęcia z przedstawień, reprodukcje plakatów, noty biograficzne wybitnych twórców plockiej Sceny). Publikację przygotowuje dr Barbara Konarska-Pabiniak. <b>- Wydanie publikacji „Plocki Teatr 2002-2012”</b> , zawierającej omówienie poszczególnych sezonów Teatru. Będzie to piąta z kolei – od 1975 r. tego rodzaju publikacja.												
8.24q	Wspólnie z Plockim Teatrem Przyjaciół Teatru ogłoszenie wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych <b>konkursu na projekt plakatu upamiętniającego dwustulecie Teatru</b>												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.24r	R. Cooney "Zamknij oczy i myśl o Anglii"												
8.24s	Cykl spotkań z widzami pt. „W starym teatrze” – filmowa prezentacja najciekawszych spektakli, które powstały w plockim Teatrze. W każdym spotkaniu uczestniczy gość specjalny, a prezentacjom towarzyszą krótkie prelekcje												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.25) Teatr Polski w Warszawie</b>													
8.25a	"Msza Kreolska" Koncert Jubileuszowy z okazji 99 rocznicy otwarcia Teatru Polskiego												
8.25b	PREMIERY TEATRU POLSKIEGO: "Zwiastowanie", "Mazepa", "Sny/Pokolenie jeans", "Parady", "Burza"												
8.25c	CYKL EDUKACYJNY: Teatr Polski Dzieciom												
8.25d	CYKLE: Salony Poezji, Czytanie Listów, Fora Dyskusyjne Teatru Polskiego. Debaty												
8.25e	NOWE CYKLE: "5 polskich mów", Taniec w polskim												
8.25f	SPEKTAKLE WYJAZDOWE: Słupsk, Gorzów Wielkopolski, Rzeszów, Kraków, Szczecin, Katowice, Opole, Łódź, Gdańsk												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.26) Państwowy Zespół Ludowy Pieśni i Tańca "MAZOWSZE" im. Tadeusza Sygietyńskiego</b>													
8.26a	Koncerty „Mazowsza”												
8.26b	Wydarzenia artystyczne w Mateczniku Mazowsze w Otrębusach												
8.26c	Pozostała działalność w siedzibie „Mazowsza” w Otrębusach												
<b>(8) Departament Kultury, Promocji i Turystyki</b>													
<b>(8.27) Warszawska Opera Kameralna</b>													
8.27a	Promocja na nośnikach outdoor - BILBOARDY												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.27b	Promocja na nośnikach outdoor – EKRANY LED												
8.27c	Promocja na tablicach 30 x 90 cm w autobusach i tramwajach komunikacji miejskiej												
8.27d	Promocji w bezpłatnych dziennikach „METRO” i „ECHO MIASTA”												
8.27e	Promocja na portalu horyzontalnym INTERIA.PL, WP.PL lub ONET.PL												
8.27f	Promocja w rozgłoszeniach radiowych. Współpraca dotyczy działań promocyjnych oferowanych przez „Radio dla Ciebie”, „Radio Warszawa” oraz „Polskie Radio II”												
8.27g	Promocja w czasopiśmie anglojęzycznych: The Visitor, In Your Pocket, The Warsaw Voice, The Visitor												
8.27h	Promocja w sieci bankomatów CASH FOR YOU lub sieci EURONET												
8.27i	Newsletter WOKu												
8.27j	Koperty kulturalne POKA POKA												
8.27k	Portal społecznościowy FACEBOOK												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
8.271	www.tvn24.pl www.o2.pl www.maestro.net.pl www.interia.pl www.warszawa.studentnews.pl www.dlastudenta.pl www.wik.com.pl www.e-teatr.pl www.warszawa.naszemiasto.pl www.kamertonnet.republika.pl www.informia.pl www.022magazine.pl www.cojestgrane.pl www.teatry.art.pl www.echomiasta.pl www.9494.pl www.polmic.pl www.kulturaonline.pl www.wieszcodobre.pl www.festivalinfo.pl www.muzikanova.pl www.e-warszawa.com www.warszawa.pogodzinach.pl www.institut-teatralny.pl www.independent.pl www.warszawa.ngo.pl www.kulturalna.warszawa.pl www.kulturalnie.waw.pl www.warsawtour.pl www.widowiska.gdzieco.pl www.aktivist.pl www.o.pl www.kultura-sztuka.waw.pl www.sztuka.pl www.bedziesiedzialo.net												
8.271	Czasopisma: MANAGERS LIFE, WINGS, BUSINNES IN POLAND, WARSAW BUSINNES JOURNAL i wiele innych gazet lokalnych												
8.27m	ELITE TOURS A-1210 Wien, Wagramer StraÙe 181												
<b>(9) Departament Edukacji Publicznej i Sportu</b>													
9a	Działania informacyjno-promocyjne inaugurujące wdrażanie projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2012/2013</i>												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
9b	Publikacja wkładki tematycznej w sześciu tygodnikach mazowieckich, dotyczącej <i>Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych</i> w roku szkolnym 2012/2013												
9c	Konferencja edukacyjna podsumowująca realizację projektu <i>Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych</i> w roku szkolnym 2011/2012, z realizacji najciekawszych Indywidualnych planów rozwoju edukacyjnego ucznia przez stypendystów. Uczestnicy: około 40 osób												
9d	Przeprowadzenie kampanii medialnej dotyczącej projektu systemowego Samorządu Województwa Mazowieckiego pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów</i> , realizowanego w ramach Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki; Działanie 8.2 Transfer Wiedzy; Poddziałanie 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji. Uczestnicy: osoby z terenu całego Mazowsza												
9e	Publikacja wkładki tematycznej w sześciu Tygodnikach Mazowieckich, dotycząca projektu systemowego Samorządu Województwa Mazowieckiego pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza – stypendia dla doktorantów</i> , realizowanego w ramach Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki; Działanie 8.2 Transfer Wiedzy; Poddziałanie 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji. Uczestnicy: osoby z terenu całego												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
9f	Konferencja naukowa pn. <i>Potencjał naukowy wsparciem dla gospodarki Mazowsza</i> . Uczestnicy: około 200 osób, w tym 128 doktorantów oraz zaproszeni goście i pracownicy Zespołu												
9g	Portal tematyczny dostępny za pośrednictwem strony internetowej Samorządu Województwa Mazowieckiego www.mazovia.pl, pn. <i>Stypendia i wsparcie towarzyszące dla doktorantów na Mazowszu</i> . Uczestnicy: ogólnie dostępny, dedykowany w szczególności doktorantom.												
9h	Działania informacyjno-promocyjne inaugurujące realizację projektu <i>"Dziecięca akademia przyszłości - wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów poprzez dodatkowe zajęcia rozwijające kompetencje kluczowe w szkołach podstawowych"</i>												
9i	Przeprowadzenie kampanii medialnej (telewizyjnej i prasowej) dotyczącej projektu <i>"Dziecięca akademia przyszłości - wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów poprzez dodatkowe zajęcia rozwijające kompetencje kluczowe w szkołach podstawowych"</i>												
<b>(9) Departament Edukacji Publicznej i Sportu</b>													
<b>(9.1) Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie</b>													
9.1a	Wydawnictwo Mazowieckiego Kwartalnika Edukacyjnego 'Meritum'												
9.1b	Festiwal nauki – w ramach projektu Systemowego „Mazowieckie Centra Talentu i Kariery” (komponenty: Młodzieżowa Akademia Umiejętności i Szkoły Startu do Kariery).												
9.1c	Forum Mazowieckich Miłośników Matematyki												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
9.1d	Projekt edukacyjny: "Szkoły dwujęzyczne Mazowsza" Uczestnicy: 150 nauczyciel z województwa mazowieckiego												
9.1e	Konferencje inauguracyjne projektu systemowego: Mazowieccy Liderzy Nauczania Sukcesu - 6 konferencji. Konferencja dla określonych adresatów: 500 nauczycieli z 60 gimnazjów województwa mazowieckiego oraz zaproszeni goście, łącznie 600 osób												
9.1f	Projekt systemowy "Otwarte Przedszkola" - seminaria dla rodziców												
9.1g	Projekt „Mazowiecka oświata w rękach obywateli”												
<b>(9) Departament Edukacji Publicznej i Sportu</b>													
9.2a	Organizacja wizyty studyjnej „New media in education and professional development of librarians”												
9.2b	Promocja OEliZK w Internecie												
9.2c	Konferencja komputerowej grupy zainteresowań Międzynarodowego Stowarzyszenia Nauczycieli Języka Angielskiego w Polsce IATEFL PL												
9.2d	Konferencja dla nauczycieli przedmiotów przyrodniczych: „Zastosowanie nowoczesnych technologii w nauczaniu przedmiotów przyrodniczych”												
9.2e	Realizacja projektu partnerskiej współpracy międzynarodowej w ramach Akcji Grundtvig programu „Uczenie się przez całe życie”												
9.2f	Realizacja projektu partnerskiej współpracy międzynarodowej w ramach Akcji Leonardo da Vinci programu „Uczenie się przez całe życie”												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
9.2g	Zorganizowanie Warsztatów międzynarodowych w ramach Akcji Grundtvig programu „Uczenie się przez całe życie”												
9.2h	Konferencje metodyczne dla nauczycieli												
9.2i	XI Zjazd Szkolnych Opiekunów Pracowni Internetowych w Mrozach												
<b>(10) Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego</b>													
<b>(10.1) Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie</b>													
10.1a	IX Mazowieckie Forum Partnerstwa Lokalnego Uczestnicy: 120 osób związanych z publicznymi służbami zatrudnienia, instytucjami rynku pracy i partnerzy społeczni												
10.1b	Seminarium organizowane wspólnie z Biurem Karier Uniwersytetu Warszawskiego Uczestnicy: 60 osób związanych z Mazowiecką Siecią Biur Karier oraz uczelniami wyższymi na Mazowszu												
10.1c	Spotkania informacyjne oraz dotyczące wprowadzania danych z przedsiębiorcami w subregionach w ramach projektu „Mazowiecki barometr – skuteczne narzędzie prognostyczne”. Dotyczy przedsiębiorców z Mazowsza.												
10.1d	Kampania Informacyjno – Promocyjna wykorzystująca zróżnicowane formy dotarcia w ramach projektu „Mazowiecki barometr – skuteczne narzędzie prognostyczne”												
10.1e	Aktualizacja mapy SZ												
10.1f	Opracowanie przewodnika SZ dla kandydatów i absolwentów												
10.1g	Organizacja I Mazowieckiego Konkursu SZ												
10.1h	Opracowanie i zakup materiałów promocyjnych oraz pozycji książkowych, czasopism do biblioteki MORP												



L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
10.li	Spotkania informacyjne ze szkołami zawodowymi w ramach projektu „Szkolnictwo zawodowe. Kondycja – Potencjał – Potrzeby II”												
10.lj	Współpraca międzynarodowa												
10.lk	Targi Pracy i Przedsiębiorczości organizowane we współdziałaniu z Urzędem Pracy m.st. Warszawy												
10.ll	Dzień Informacyjny Europejskich Służb Zatrudnienia EURES												
10.lh	Podejmowanie działań związanych z popularyzacją wymogów związanych z prowadzeniem agencji zatrudnienia i zasadami wpisu do rejestru agencji zatrudnienia oraz udzielanie zainteresowanym, osobom bezrobotnym lub poszukującym pracy informacji o rodzajach i działalności agencji zatrudnienia												
10.lm	Współdziałanie z powiatowymi urzędami pracy na terenie województwa mazowieckiego oraz Okręgową Inspekcją Pracy w Warszawie												
10.ln	Wydawanie Biuletynu "Mazowiecki Rynek Pracy"												
10.lo	Materiały wydawnicze: Album "Dobre praktyki EFS" – Działanie 6.1 PO KL.												
10.lp	Materiały wydawnicze: „Album prezentujący prace laureatów III edycji konkursu na najlepszy komiks”												
10.lq	Materiały wydawnicze: „Vademecum Beneficjenta”												
10.lr	Plakaty promujące IV edycję konkursu na komiks, ulotki nt. projektów współpracy ponadnarodowej												
10.ls	Szkolenia i spotkania informacyjno-promocyjne dla Beneficjentów												
10.lt	Akcja informacyjno-promocyjna w mediach: np. 1. ogłoszenia prasowe 2. artykuły sponsorowane 3. spoty radiowe dla WUP w Warszawie oraz Filii WUP.												
10.lu	Konferencja Podsumowująca Wdrażanie PO KL na Mazowszu.												
10.lv	Materiały promocyjne												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
10.1w	Konkurs na najlepszy komiks pt. „Człowiek – najlepsza inwestycja”												
10.1x	Forum Funduszy Europejskich	termin nie został podany											
10.1y	Dzień Otwarty Wojewódzkiego Urzędu i jego fili												
10.1z	Udział w Wojewódzkich Dożynkach												
10.1ż	Wydawnictwo Biuletyn Informacyjny „Mazowiecki Rynek Pracy”												
10.1ż	Targi Pracy i Kariery w Sokołowie Podlaskim												
10.1aa	V Siedleckie Targi Edukacyjne Wyższych Uczelni – „Ku przyszłości zawodowej”.												
10.1ab	IX Siedleckie Targi Pracy												
10.1ac	Konferencja podsumowująca realizację projektu „Czas na biznes III”												
10.1ad	Cykl audycji telewizyjnych												
10.1ae	Dzień Otwarty WUP	termin nie został podany (zgodnie z terminarzem WUP)											
10.1af	Konferencja kończąca projekt „Akademia Przedsiębiorczości V” Uczestnicy: 70 osób z subregionu ciechanowskiego- uczestnicy projektu, przedstawiciele organizacji pozarządowych, PUP oraz innych zakończonych projektów z działania 6.2 PO KL												
10.1ag	Konferencje upowszechniające rezultaty projektu z działania 9.4 PO KL „Wysoko wykwalifikowany nauczyciel najlepszą inwestycją w edukację”. Uczestnicy: 253 studentów kończących projekt z grupy warszawskiej oraz 210 z grupy ciechanowskiej, dyrektorzy szkół, przedstawiciele instytucji rynku pracy i instytucji oświatowych województwa mazowieckiego												
10.1ah	Udział w lokalnych imprezach promocyjnych i Forach edukacyjnych.												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
10.1ai	VI Płockie Targi Pracy Osób Niepełnosprawnych Uczestnicy: ok. 800 osób z terenu Miasta Płocka i Powiatu Płockiego, ok. 50 wystawców – pracodawców i instytucji zajmujących się problematyką niepełnosprawności												
10.1aj	Giełda instytucji szkoleniowych, szkół wyższych i szkół dla dorosłych Uczestnicy: ok. 700 osób z terenu Miasta Płocka i Powiatu Płockiego, Gostynińskiego i Sierpeckiego, ok. 40 wystawców –instytucji szkolących, szkół wyższych i szkół dla dorosłych												
10.1ak	Targi Edukacyjne Uczestnicy: ok. 800 osób z terenu Miasta Płocka i Powiatu Płockiego, ok. 60 wystawców – szkół wyższych												
10.1al	Płockie Targi Pracy												
10.1ał	Projekt pn. „, Płocka Szkoła Małej Przedsiębiorczości VI” w ramach Działania 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia Priorytetu VI PO KL Rynek pracy otwarty dla wszystkich Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki												
10.1am	Projekt pn. „, Płocka Szkoła Małej Przedsiębiorczości VII” w ramach Działania 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia Priorytetu VI PO KL Rynek pracy otwarty dla wszystkich Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.												
10.1an	Warsztat szkoleniowy dla Beneficjentów												
10.1ao	„Targi Wiedzy i Umiejętności” – otwarta impreza wystawiennicza. Uczestnictwo około 1000 osób regionu radomskiego												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
10.1ap	„Radomskie Targi Pracy” Impreza wystawiennicza – targowa. Uczestnictwo około 2000 osób bezrobotnych i poszukujących pracy.												
10.1aq	Forum pn.: „Wszyscy Równi”. Konferencja poświęcona aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych wchodzących na rynek pracy Uczestnicy: 100 osób												
10.1ar	Dwie Konferencje promujące działania partnerskie w regionie o różnej tematyce. Uczestnicy: około 120 osób z terenu działania filii WIIP												
10.1as	Bezpieczny wyjazd – Bezpieczny powrót” – cykl spotkań												
10.1at	„Dzień Niemiecki”												
10.1au	Konferencja kończąca projekt „Powrót kobiet na rynek pracy” realizowany w ramach Poddziałania 7.2.1 PO KL Uczestnicy: 80 osób, w tym 40 uczestniczek projektu												
10.1av	Szkolenie „Specyfika projektów ponadnarodowych” w ramach działań promocyjnych realizowanych z Pomocy Technicznej PO KL Uczestnicy: 15 osób reprezentujących instytucje rządowe, samorządowe, jednostki szkoleniowe oraz organizacje pozarządowe												
10.1aw	Impreza plenerowa „DNI RADOMIA” organizowana przez Urząd Miasta Radomia Uczestnicy: osoby, które odwiedzą stoisko promocyjne												
10.1ax	Impreza plenerowa „Dzień Chleba” organizowana przez Muzeum Wsi Radomskiej Uczestnicy: osoby, które odwiedzą stoisko promocyjne												
10.1ay	Impreza plenerowa „Festiwal Ziemniaka” organizowana przez Muzeum Wsi Radomskiej Uczestnicy: osoby, które odwiedzą stoisko promocyjne												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
10.1az	Konferencja kończąca projekt „Radomski Biznes T” realizowany w ramach Działania 6.2 PO KL Uczestnicy: 80 osób, w tym 33 uczestników projektu												
10.1až	Młodzieżowe Targi Edukacji i Pracy Uczestnicy: około 2000 osób z terenu Ostrołęki i powiatu ostrołęckiego												
10.1až	Konferencja „Planowanie kariery zawodowej” Uczestnicy: 50 osób												
10.1ba	Dzień Aktywności Zawodowej Osób Niepełnosprawnych												
<b>(10) Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego</b>													
<b>(10.2) Mazowiecka Jednostka Wdrażania Projektów Unijnych w Warszawie</b>													
10.2a	Prowadzenie sieci Punktów Informacyjnych POKL na terenie województwa mazowieckiego												
10.2b	Udział w konferencjach, seminariach, spotkaniach szkoleniach organizowanych przez inne podmioty												
10.2c	Publikacja ogłoszeń prasowych												
10.2d	Kampanie regionalne (Instytucji Pośredniczących, Instytucji Pośredniczących drugiego stopnia)												
10.2e	Współpraca ze stacjami telewizyjnymi, radiowymi i prasowymi												
10.2f	Konferencje												
10.2g	Publikacje												
10.2h	Materiały promocyjne												
10.2i	Organizacja i udział w imprezach plenerowych, targach i imprezach wystawienniczych												
10.2j	Spotkania informacyjne, warsztaty, seminaria skierowane do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów PO KL												
10.2k	Prowadzenie, aktualizacja i rozwój serwisów internetowych												
10.2l	Promocja w Internecie												
10.2l	Wymiana doświadczeń												
10.2m	Punkty Informacyjne												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin											
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał		
10.2n	Publikacja ogłoszeń o naborach RPO WM, artykuły sponsorowane												
10.2o	Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o Programie												
10.2p	Konferencje, duże wydarzenia												
10.2q	Kampania promocyjna o szerokim zasięgu												
10.2r	Kampanie promocyjne												
10.2s	Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych												
10.2t	Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa												
10.2u	Kontakt z mediami												
10.2v	Zlecenie tłumaczenia, przygotowania opracowań, ekspertyz												
10.2w	Spotkania informacyjne												
10.2x	Szkolenia												
10.2y	Seminaria												
10.2z	Turniej wiedzy dla uczniów szkół gimnazjalnych i średnich												
10.2ż	Serwisy internetowe RPO WM												
10.2z	Spotkania robocze												
10.2aa	Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim												
<b>(11) Departament Geodezji i Kartografii</b>													
11a	Publikacja artykułów prasowych dotyczących projektu: „Wypracowanie i wdrożenie innowacyjnych metod integracji danych katastralnych, mapy zasadniczej i Bazy Danych Topograficznych oraz modernizacja usług publicznych świadczonych przez Służbę Geodezyjną i Kartograficzną”												

L.p.	Nazwa działania promocyjnego	Termin																					
		styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień										
		I kwartał			II kwartał			III kwartał			IV kwartał												
11b	Publikacja w prasie regionalnej, informacji dotyczącej projektów: „Wypracowanie i wdrożenie innowacyjnych metod integracji danych katastralnych, mapy zasadniczej i Bazy Danych Topograficznych oraz modernizacja usług publicznych świadczonych przez Służbę Geodezyjną i Kartograficzną”. „Przyspieszenie wzrostu konkurencyjności województwa mazowieckiego, przez budowanie społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy poprzez stworzenie zintegrowanych baz wiedzy o Mazowszu”. „Rozwój elektronicznej administracji w samorządach województwa mazowieckiego wspomagającej niwelowanie dwudzielności potencjału województwa”.	termin nie został podany (w zależności od cyklu wydawniczego zaplanowanego przez Biuro Prasowe)																					
11c	Konferencja informacyjna projektu: „Przyspieszenie wzrostu konkurencyjności województwa mazowieckiego, przez budowanie społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy poprzez stworzenie zintegrowanych baz wiedzy o Mazowszu”.																						
11d	Konferencja informacyjna projektu: „Rozwój elektronicznej administracji w samorządach województwa mazowieckiego wspomagającej niwelowanie dwudzielności potencjału województwa”.																						

**STATYSTYKA OPRACOWANIA  
ZBIORCZEGO PLANU DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W KRAJU I ZAGRANICĄ PODEJMOWANYCH PRZEZ SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA  
MAZOWIECKIEGO NA 2012 ROK**

L.p.	Komórki organizacyjne UMWM, do których wystosowano pismo w sprawie planowanych działań promocyjnych	Komórki organizacyjne UMWM, które nie planują działań promocyjnych	Komórki organizacyjne UMWM, które planują działania promocyjne	Liczba działań promocyjnych planowanych przez komórki organizacyjne UMWM z uwzględnieniem nadzorowanych przez nie wojewódzkich samorządowych jednostek organizacyjnych	
				komórka organizacyjna	wojewódzkie samorządowe jednostki organizacyjne
1	Kancelaria Marszałka			11	0
2	Kancelaria Sejmiku			1	18
3	Departament Organizacji			1	0
4	Departament Budżetu			0	0
5	Departament Zdrowia			0	30
6	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich			11	0
7	Departament Środowiska			11	15
8	Departament Opłat Środowiskowych			3	0
9	Departament Kultury, Promocji i Turystyki			16	327
10	Departament Edukacji Publicznej i Sportu			9	16
11	Departament Nieruchomości i Infrastruktury			0	0
12	Departament Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji			0	0
13	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego			0	89
14	Departament Kontroli			0	0
15	Departament Geodezji i Kartografii			4	0
<b>RAZEM:</b>				<b>67</b>	<b>495</b>