

Załącznik do uchwały Nr ...../14  
Zarządu Województwa Mazowieckiego  
z dnia ..... 2014 r.

**Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych  
w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa  
Mazowieckiego 2007-2013 na 2014 rok**

**PROJEKT**

Marzec 2014 rok



**PROGRAM  
REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**Mazowsze.**  
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



**Spis treści:**

1. Podstawy opracowania Roczego planu działań .....	3
2. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych .....	3
3. Zakres działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych .....	4
4. Harmonogram działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych .....	9
5. Budżet działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych .....	10
6. Załączniki .....	11

## 1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych, (zwany dalej *Rocznym planem działań*), jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Instytucję Pośredniczącą 2 stopnia Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 (Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych – MJWPU) we współpracy z Instytucją Zarządzającą RPO WM, na potrzeby realizacji w 2014 r. zapisów Planu komunikacji RPO WM 2007-2013.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych służących wdrożeniu Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Podmiotem odpowiedzialnym za realizację działań przedstawionych w *Rocznym planie działań* jest na poziomie IZ RPO WM – Departament Rozwoju Regionalnego i Funduszy Europejskich (Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego – UM WM), na poziomie IP2 – Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów – WIS (MJWPU). Działania te będą realizowane zarówno samodzielnie, jak i we współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, bądź też przez podmioty zewnętrzne zgodnie z przepisami ustawy prawo zamówień publicznych lub ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

## 2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

Roczny plan działań powstał w oparciu o dokumenty:

- Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 r. z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylającego rozporządzenie (WE) nr 1260/1999;
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. ustanawiającego szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności oraz rozporządzenia (WE) nr 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego;
- Strategię komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013 z dnia 16 stycznia 2012 r.;
- Wytyczne Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 10 czerwca 2010 r. w zakresie informacji i promocji;
- Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013.

## 3. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Opracowanie i pełne wykonanie niniejszego *Rocznego planu działań* służy w perspektywie jednorocznej realizacji celu strategicznego, określonego w Planie komunikacji RPO WM 2007-2013, którym jest budowanie spójnego i pozytywnego wizerunku Funduszy Europejskich na Mazowszu jako dostępnych, przejrzystych, służących zrównoważonemu rozwojowi i podnoszących jakość życia jego mieszkańców. Powyższe działania będą miały na celu zwiększanie świadomości społecznej nt. Narodowej Strategii Spójności oraz promocję jej marki poprzez upowszechnianie efektów związanych z wdrażaniem Funduszy Europejskich w regionie.

Celem strategicznym przeprowadzenia działań określonych w Rocznym Planie na rok 2014 jest upowszechnianie wiedzy o korzyściach, jakie odnosi Mazowsze z realizacji projektów finansowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013. Polegać będzie ono na promocji „dobrych praktyk” i korzyści, jakie odnosi województwo z realizacji projektów. Ponadto podjęte działania służyć będą beneficjentom w prawidłowym realizowaniu i rozliczaniu projektów.

Działania komunikacyjne określone w niniejszym *Rocznym planie działań*, mają wspierać realizację celów zdefiniowanych w RPO WM 2007-2013, zorientowanych na rozwój regionu, takich, jak:

- rozwój gospodarki regionu, w tym gospodarki opartej na wiedzy (Priorytet I: *Tworzenie warunków dla rozwoju potencjału innowacyjnego i przedsiębiorczości na Mazowszu* oraz Priorytet II: *Przyspieszenie e-Rozwoju Mazowsza*);

- poprawa i uzupełnienie istniejącej infrastruktury technicznej (Priorytet III: *Regionalny system transportowy*, Priorytet IV: *Środowisko, zapobieganie zagrożeniom i energetyka*);
- aktywizacja miast oraz obszarów atrakcyjnych turystycznie (Priorytet V: *Wzmacnianie roli miast w rozwoju regionu* oraz Priorytet VI: *Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji*);
- poprawa infrastruktury społecznej warunkującej rozwój kapitału ludzkiego w regionie (Priorytet VII: *Tworzenie i poprawa warunków dla rozwoju kapitału ludzkiego*).

Realizacja celów szczegółowych służyć ma zarówno podnoszeniu jakości realizowanych projektów, jak również jakości procesu wdrażania Programu przez IP2.

**Celami szczegółowymi Rocznego planu działań są:**

- wspieranie beneficjentów w procesie realizacji i rozliczania projektów finansowanych ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013;
- informowanie społeczeństwa na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, w tym stopnia wdrażania;
- upowszechnianie korzyści, zwłaszcza „dobrych praktyk” płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO WM, jako narzędzia stymulującego rozwój Mazowsza;
- 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;
- umożliwienie szerokiego dostępu do niezbędnych dokumentów programowych, podręczników, poradników, itp. nt. Funduszy Europejskich;
- wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie aplikowania o środki w ramach RPO WM.

W 2014 r. IP2 w zakresie informacji, promocji i edukacji położy szczególny nacisk na realizację dwóch najważniejszych na tym etapie wdrażania RPO WM celów szczegółowych, związanych ze wsparciem beneficjentów w procesie rozliczania środków pozyskanych z RPO WM oraz promocją „dobrych praktyk”. Upowszechnianie korzyści, płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO WM, jako narzędzia stymulującego rozwój Mazowsza będzie realizowane poprzez wykorzystanie różnorodnych narzędzi informacyjno-promocyjnych, m.in. wystaw, publikacji, konferencji, prezentacji, spotkań itp. Niniejsza forma służyć ma również zachęceniu beneficjentów do maksymalnego wykorzystania dostępnych środków unijnych w ramach RPO WM w 2014 r.

Wyżej wymienione cele są ze sobą komplementarne, umożliwiając zapewnienie maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących RPO WM.

#### **4. Zakres działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych**

Działania komunikacyjne, zaplanowane w *Rocznym planie działań*, koncentrują się na sześciu podstawowych obszarach:

- a) Informacja
- b) Promocja
- c) Edukacja
- d) Internet
- e) Ewaluacja (dotyczy IZ RPO WM)
- f) Wymiana doświadczeń.

Szczegółowy opis obszarów oraz poszczególnych działań przedstawia Tabela nr 1.

**Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2014**

Działanie	Opis/elementy działania	Grupy docelowe
<b>Informacja</b>		
Punkty Informacyjne działające w ramach sieci PIFE	Działanie obejmuje: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. prowadzenie Głównego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie,</li> <li>2. prowadzenie Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w: Ciechanowie, Ostrołęce, Płocku, Radomiu, Siedlcach,</li> <li>3. koordynacja Sieci Punktów Informacyjnych,</li> <li>4. organizowanie Mobilnych Punktów Informacyjnych,</li> <li>5. pomoc dla beneficjentów przy rozliczaniu projektów,</li> <li>6. konsultacje w Urzędach Pracy lub Urzędach Skarbowych.</li> </ol>	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), młodzież
Publikacja ogłoszeń o naborach RPO WM, artykuły sponsorowane	Działanie obejmuje zamieszczanie m.in. ogłoszeń w prasie o zasięgu co najmniej całego województwa mazowieckiego (dzienniki i tygodniki).	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), młodzież
Opracowania, tłumaczenia, publikacja i dystrybucja materiałów informacyjnych o programie	Działanie obejmuje: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. publikację biuletynu informacyjnego RPO WM „<i>Fundusze Europejskie dla rozwoju Mazowsza</i>”,</li> <li>2. zamieszczenie w wersji elektronicznej na stronie <a href="http://www.rpo.mazowia.eu">www.rpo.mazowia.eu</a> dokumentów programowych oraz publikacji własnych,</li> <li>3. kolekcjonerskie wydanie kart pocztowych promujących tzw. „<i>dobre praktyki</i>” w ramach RPO WM 2007-2013,</li> <li>4. wydanie albumu pokonkursowego „<i>Perły Mazowsza II</i>”,</li> <li>5. broszury nt. obiektów mających największy wpływ na rozwój Mazowsza (z podziałem na subregiony);</li> <li>6. monitoring mediów.</li> </ol>	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza oraz wspólnoty europejskiej), młodzież
<b>Promocja</b>		
Konferencje, duże wydarzenia	Działanie obejmuje: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. organizację dużych imprez masowych (np. pikników rodzinnych) w pięciu dużych ośrodkach miejskich na terenie województwa mazowieckiego w ramach kampanii związanej z 10-leciem Polski w UE;</li> <li>2. koordynowanie oraz współpraca przy organizacji „<i>dni otwartych</i>” w siedzibach beneficjentów w ramach kampanii związanej z 10-leciem Polski w UE;</li> <li>3. <i>V Forum Rozwoju Mazowsza</i> – dwudniowa konferencja zorganizowana w Warszawie, połączona ze strefą wystawienniczą w formie multistoisk.</li> </ol>	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media

Kampania promocyjna o szerokim zasięgu	W ramach działania przeprowadzona zostanie kampania związana z uroczystymi obchodami dziesięciolecia obecności Polski w Unii Europejskiej (szczegółowy opis – Załącznik nr 2. Tabela 5).	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media
Kampanie promocyjne	W ramach działania przeprowadzone zostaną kampanie promocyjne: 1. wirusowa promująca tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013 (szczegółowy opis – Załącznik nr 4. Tabela 7), 2. dotycząca promocji tzw. „dobrych praktyk” w ramach RPO WM 2007-2013, obejmującą produkcję filmu animowanego w 3D oraz produkcję materiałów promocyjnych nawiązujących graficznie do filmu 3D (szczegółowy opis – Załącznik nr 3. Tabela 6).	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media
Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych	Działanie obejmuje produkcję materiałów promocyjnych, które będą nagrodami dla uczestników konkursów podczas 5 dużych imprez masowych zorganizowanych z okazji 10-lecia Polski w UE. Materiały będą dostosowane do różnych kategorii wiekowych, tak by w konkursach uczestniczyły całe rodziny. Ponadto będą zamówione drobne i niskobudżetowe materiały, które będą rozdawane w trakcie imprez np. chorągiewki z barwach UE oraz wizualizacją związaną z 10-leciem Polski w UE, baloniki itp.	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	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 oraz udzielanie indywidualnych konsultacji w ramach prowadzonych działań informacyjnych przez LPI.	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media
Kontakt z mediami	Działanie obejmuje m.in.: 1. opracowanie i publikację komunikatów, informacji prasowych na stronie <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a> m.in. dotyczących uruchamianych naborów, wydarzeń, organizowanych konferencji, 2. mailing aktualności do dziennikarzy, 3. organizację spotkań prasowych, 4. udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych z komórek merytorycznych.	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media
<b>Edukacja</b>		
Spotkania informacyjne	Działanie obejmuje: 1. organizację <i>Dni Otwartych</i> w Oddziałach Zamiejscowych, 2. organizację przez GPI spotkań informacyjnych na wybrane tematy dotyczące Funduszy Europejskich.	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media
Szkolenia (w tym działania skierowane do młodzieży)	Działanie obejmuje zorganizowanie: 1. szkolenia jednodniowe - wykłady z elementami warsztatów. Szkolenia dla beneficjentów lub/i potencjalnych beneficjentów z podstawy wdrażania i rozliczania projektów realizowanych w ramach RPO WM 2007-2013, w tym: zasady dokumentowania wydatków, kontrola i promocja projektów, wnioski o płatność, umowa o dofinansowanie projektu oraz z zakresu aplikowania o środki w ramach ogłaszanych w 2014 r. konkursów, 2. szkolenia eksperckie – forma wykładowo-seminaryjna oraz każdorazowo indywidualne	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza, środowiska opiniotwórcze, media, młodzież - uczniowie szkół gimnazjalnych oraz średnich z terenu Mazowsza

	<p>konsultacje z ekspertem (szczegółowe przedstawienie aspektów związanych z danym obszarem, np. pomoc publiczna, podatek VAT, Prawo zamówień publicznych, korekty finansowe za naruszenia w zakresie PZP, proces inwestycyjny w związku z realizacją projektów współfinansowanych z RPO WM 2007-2013 itp.) Tematyka szkoleń będzie dobierana do bieżących potrzeb i zainteresowania uczestników,</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>szkolenia organizowane na terenie Mazowsza, w tym na zaproszenie np. gmin, starostw i innych podmiotów zewnętrznych,</li> <li>szkolenia na zaproszenie Centralnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie,</li> <li>działania skierowane do młodzieży (planowana realizacja działania „Dobre praktyki dla młodzieży”) - wydarzenie prowadzone w formie zwiedzania/ oglądania zrealizowanych projektów. Celem jest zapoznanie mazowieckiej młodzieży z możliwościami jakie daje korzystanie z funduszy unijnych, pokazanie namacalnych efektów, uzmysłowienie faktu, że wszyscy na co dzień mamy do czynienia z funduszami unijnymi i z nich korzystamy. Planujemy realizację 12 wyjazdów, po jednym dla szkoły/ drużyny które zostały wyłonione w eliminacjach.</li> </ol>	
<b>Internet</b>		
Serwisy internetowe RPO WM	<p>Działanie obejmuje:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>obsługę, bieżącą aktualizację stron <a href="http://www.rpo.mazowia.eu">www.rpo.mazowia.eu</a> i <a href="http://www.rpo.mazowia.pl">www.rpo.mazowia.pl</a> oraz rozbudowę o dodatkową funkcjonalność strony IP2,</li> <li>bieżącą aktualizację „<i>Mapy dotacji UE na Mazowszu</i>”,</li> <li>przekazywanie informacji do portalu nt. Funduszy Europejskich tworzonego przez MRR,</li> <li>administrowanie użytkownikami oraz przekazywanie informacji do Bazy Wiedzy (MRR),</li> <li>mailing informacji,</li> <li>przebudowę stron RPO WM zgodnie z zaleceniami MIR dotyczącymi nowego okresu programowania,</li> <li>przekazywanie treści za pomocą portali społecznościowych takich jak Youtube, Twitter, Facebook.</li> </ol>	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza, pracownicy instytucji wdrażających RPO
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
Spotkania robocze	<p>Działanie obejmuje organizację:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>wizyt studyjnych w projektach zrealizowanych ze środków RPO WM, których głównym tematem będzie prezentacja projektów finansowanych w ramach RPO WM 2007-2013, omówienie oraz 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 na terenie Mazowsza;</li> <li>spotkań dla instytucji zaangażowanych w obszarze informacyjno-promocyjnym nt. FE w Polsce zorganizowanych w ramach działań prowadzony przez GPI.</li> </ol>	instytucje uczestniczące w realizacji RPO zaangażowane w finansowanie i wdrażanie projektów realizowanych w ramach EFRR, dziennikarze, środowiska opiniotwórcze

<p>Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim</p>	<p>Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań organizowanych zarówno w kraju, jak i zagranicą. Spotkania robocze pomiędzy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pracownikami MJWPU, a pracownikami UM WM,</li> <li>– pracownikami MJWPU, a pracownikami MRR,</li> <li>– pracownikami MJWPU, a pracownikami innych instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich,</li> <li>– pracownikami MJWPU, a pracownikami innych województw, którzy zajmują się wdrażaniem Funduszy Europejskich,</li> <li>– 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).</li> </ul>	<p>instytucje uczestniczące w zarządzaniu i wdrażaniu programów, ogół społeczeństwa</p>
--	--	---





## 6. Budżet działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Szacunkowa wartość budżetu na działania informacyjne, promocyjne i edukacyjne podejmowane w ramach RPO WM w 2014 r. wynosi **6 789 785,25 zł (1 625 167,01 EURO\*)**. Działania informacyjno-promocyjne i szkoleniowe są finansowane z Priorytetu VIII Pomoc Techniczna RPO WM 2007-2013 (działanie 8.2 RPO WM). Wartość szacunkową poszczególnych działań prezentuje Tabela nr 3.

**Tabela 3 Szacunkowy budżet działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2014**

Działanie	Elementy działania	Szacunkowy budżet (PLN)
<b>Informacja</b>		
Prowadzenie punktów informacyjnych sieci PIFE		982 000,00**
Publikacja ogłoszeń RPO WM, artykuły sponsorowane		94 754,25
Opracowania, tłumaczenia, publikacja i dystrybucja materiałów informacyjnych o programie		498 094,00
<b>Promocja</b>		
Konferencje, duże wydarzenia		2 081 525,00
Kampania promocyjna o szerokim zasięgu		470 443,00
Kampanie promocyjne IP2 RPO WM		1 160 000,00
Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych		363 337,00
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa		0,00
Kontakt z mediami		0,00
<b>Edukacja</b>		
Spotkania informacyjne		0,00
Szkolenia (w tym działania skierowane do młodzieży)		1 577 777,00
<b>Internet</b>		
Serwisy Internetowe RPO WM		263 855,00
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
Spotkania robocze	Organizacja grup studyjnych przez IP2 RPO WM	280 000,00
	Organizacja spotkań roboczych przez sieć PIFE	20 000,00**
<b>SUMA W PLN</b>		<b>6 789 785,25***</b>
<b>SUMA W EURO</b>		<b>1 625 167,01***</b>

\* Jako przelicznik zastosowano kurs wymiany EUR/PLN z przedostatniego dnia pracy Komisji Europejskiej miesiąca poprzedzającego miesiąc dokonywania przeliczenia, czyli z dnia 27 lutego 2014 r., o wartości 1 EUR = 4,1779 PLN.

\*\* Działania finansowane w ramach „Porozumienia w sprawie funkcjonowania na terenie województwa mazowieckiego systemu informacji o Funduszach Europejskich zawarte pomiędzy Skarbem Państwa – MRR a województwem mazowieckim”.

\*\*\* Kwota obejmująca jedynie działania finansowane w ramach Pomocy Technicznej RPO WM.

## Załączniki:

### 1. Załącznik 1.

Tabela 4. Minimalne wskaźniki dla wybranych działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2014;

### 2. Załącznik 2.

Tabela 5. Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu” – kampania związana z uroczystymi obchodami dziesięciolecia obecności Polski w Unii Europejskiej;

### 3. Załącznik 3.

Tabela 6. Szczegółowy opis działania kampania promocyjna – film animowany 3D

### 4. Załącznik 4.

Tabela 7. Szczegółowy opis działania kampania wirusowa promująca tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013

### 5. Załącznik 5.

Tabela 8. Szczegółowy opis działania „szkolenia”: Szkolenia eksperckie.

## Załącznik 1.

Tabela 4. Minimalne wskaźniki dla wybranych działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2014

Obszar/ działanie	Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa
Punkty Informacyjne	liczba zorganizowanych Punktów Informacyjnych (sieć PIFE)	6
	liczba konsultacji udzielonych w Punktach Informacyjnych sieci PIFE nt. wszystkich programów	4 000, w tym RPO WM – 300
	liczba odbytych rozmów telefonicznych w sieci PIFE nt. wszystkich programów	13 000, w tym RPO WM – 500
	liczba udzielonych odpowiedzi drogą mailową nt. wszystkich programów	1 500, w tym RPO WM 300
Publikacja ogłoszeń o naborach RPO WM, artykuły sponsorowane	liczba ogłoszeń i artykułów sponsorowanych w prasie	5
Opracowania, tłumaczenia, publikacja i dystrybucja materiałów informacyjnych o programie	liczba egzemplarzy wydrukowanych materiałów informacyjnych	25 000
	liczba tytułów wydanych materiałów informacyjnych	40
	liczba egzemplarzy wydrukowanych periodyków	30 000
	liczba numerów wydanych periodyków	4
Konferencje, duże wydarzenia	liczba zorganizowanych konferencji i dużych wydarzeń	6
	liczba uczestników konferencji	400
Kampanie promocyjne	liczba kampanii promocyjnych	3
	<b>w tym:</b> liczba kampanii promocyjnych o szerokim zasięgu	1
	liczba emisji spotów/ reklam/ programów w mediach	200
Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych	liczba egzemplarzy wyprodukowanych materiałów promocyjnych	200 000
	liczba rodzajów wyprodukowanych materiałów promocyjnych	40

Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	liczba spotkań	10
Kontakt z mediami	liczba artykułów w prasie i mediach (nie sponsorowane)	150
Spotkania informacyjne	liczba zorganizowanych spotkań	5
	liczba uczestników spotkań	30
	liczba zorganizowanych spotkań przez sieć PIFE nt. wszystkich programów	12, w tym RPO WM 3
	liczba uczestników spotkań zorganizowanych przez sieć PIFE nt. wszystkich programów	240, w tym RPO WM 60
	procent zadowolonych uczestników spotkań biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
Szkolenia	liczba zorganizowanych szkoleń	124
	liczba uczestników szkoleń	3 065
	procent zadowolonych uczestników szkoleń, biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
	procent zadowolonych beneficjentów biorących udział w szkoleniu/szkoleniach (minimalna ocena 3)	60
Serwisy internetowe RPO WM	Liczba prowadzonych serwisów internetowych	3
	liczba wejść na stronę IP2	150 000
	liczba osób odwiedzających stronę IP2	60 000
	liczba wejść na stronę IZ	100 000
	liczba osób odwiedzających stronę IZ	10 000
Spotkania robocze	liczba zorganizowanych spotkań IP2	6
	liczba zorganizowanych spotkań przez sieć PIFE	2
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim	liczba spotkań na poziomie krajowym i europejskim	4

## Załącznik 2.

Tabela 5. Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu” – kampania związana z uroczystymi obchodami dziesięciolecia obecności Polski w Unii Europejskiej

<b>1. Organizator</b>	MJWPU												
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM 2007-2013												
<b>3. Typ działania</b>	Kampania promocyjna szerokiego zasięgu												
<b>4. Cel działania</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2014 r. (efekty w ujęciu regionalnym);</li> <li>2. Upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM 2007-2013 (efekty w ujęciu regionalnym);</li> <li>3. Zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO na Mazowszu.</li> </ol>												
<b>5. Opis działania</b>	<p>DZIAŁANIE:</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Kampania związana z uroczystymi obchodami dziesięciolecia obecności Polski w Unii Europejskiej.</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media.</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Organizowana specjalna strefa unijna w ramach dużych imprez masowych (np. pikników rodzinnych) w pięciu dużych ośrodkach miejskich na terenie województwa mazowieckiego.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td> <p>Planowane narzędzia użyte podczas kampanii, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ spoty reklamowe (emisja np.: w kinach, TV, Internecie)</li> <li>prasa,</li> <li>✓ radio,</li> <li>✓ Internet,</li> <li>✓ social media (np. <i>Facebook</i>).</li> </ul> <p>W ramach kampanii będą wykorzystywane media o zasięgu regionalnym i lokalnym, w przypadku Internetu i outdooru zasięg kampanii będzie geotargetowany na województwo mazowieckie.</p> </td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>Impreza jednodniowa (termin zgodny z rekomendacjami MIR) poprzedzona kampanią promocyjną</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy</td> <td>Całe przedsięwzięcie pozwoli upowszechnić wiedzę o efektach wdrażania RPO WM 2007-2013 na Mazowszu poprzez różne kanały dotarcia.</td> </tr> </table>	Co?	Kampania związana z uroczystymi obchodami dziesięciolecia obecności Polski w Unii Europejskiej.	Do kogo?	Ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media.	Gdzie?	Organizowana specjalna strefa unijna w ramach dużych imprez masowych (np. pikników rodzinnych) w pięciu dużych ośrodkach miejskich na terenie województwa mazowieckiego.	Jak?	<p>Planowane narzędzia użyte podczas kampanii, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ spoty reklamowe (emisja np.: w kinach, TV, Internecie)</li> <li>prasa,</li> <li>✓ radio,</li> <li>✓ Internet,</li> <li>✓ social media (np. <i>Facebook</i>).</li> </ul> <p>W ramach kampanii będą wykorzystywane media o zasięgu regionalnym i lokalnym, w przypadku Internetu i outdooru zasięg kampanii będzie geotargetowany na województwo mazowieckie.</p>	Jak intensywnie?	Impreza jednodniowa (termin zgodny z rekomendacjami MIR) poprzedzona kampanią promocyjną	Kluczowe elementy	Całe przedsięwzięcie pozwoli upowszechnić wiedzę o efektach wdrażania RPO WM 2007-2013 na Mazowszu poprzez różne kanały dotarcia.
Co?	Kampania związana z uroczystymi obchodami dziesięciolecia obecności Polski w Unii Europejskiej.												
Do kogo?	Ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media.												
Gdzie?	Organizowana specjalna strefa unijna w ramach dużych imprez masowych (np. pikników rodzinnych) w pięciu dużych ośrodkach miejskich na terenie województwa mazowieckiego.												
Jak?	<p>Planowane narzędzia użyte podczas kampanii, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ spoty reklamowe (emisja np.: w kinach, TV, Internecie)</li> <li>prasa,</li> <li>✓ radio,</li> <li>✓ Internet,</li> <li>✓ social media (np. <i>Facebook</i>).</li> </ul> <p>W ramach kampanii będą wykorzystywane media o zasięgu regionalnym i lokalnym, w przypadku Internetu i outdooru zasięg kampanii będzie geotargetowany na województwo mazowieckie.</p>												
Jak intensywnie?	Impreza jednodniowa (termin zgodny z rekomendacjami MIR) poprzedzona kampanią promocyjną												
Kluczowe elementy	Całe przedsięwzięcie pozwoli upowszechnić wiedzę o efektach wdrażania RPO WM 2007-2013 na Mazowszu poprzez różne kanały dotarcia.												
<b>6. Czas trwania działania</b>	20.04-11.05.2014 r.												
<b>7. Koszt działania</b>	470 443,00 zł												
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak												
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania												
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka, Ilona Soja-Kozłowska												
<b>11. Załączniki</b>	Brak												

### Załącznik 3.

Tabela 6. Szczegółowy opis działania *kampania promocyjna – film animowany 3D*

<b>1. Organizator</b>	MJWPU												
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM 2007-2013												
<b>3. Typ działania</b>	Kampania promocyjna – film animowany 3D												
<b>4. Cel działania</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM w okresie 2007-2013 (efekty w ujęciu regionalnym);</li> <li>2. Zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM na Mazowszu.</li> </ol>												
<b>5. Opis działania</b>	<p>DZIAŁANIE:</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Kampania obejmująca produkcję filmu animowanego w technice 3D oraz jego emisję np. w kinie, telewizji regionalnej i w Internecie</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Ogół społeczeństwa, środowiska opiniotwórcze, media</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>W ramach kampanii będą wykorzystywane media o zasięgu regionalnym i lokalnym, w przypadku Internetu zasięg kampanii będzie geotargetowany na województwo mazowieckie</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Film animowany emitowany, np.: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ w regionalnych stacjach telewizyjnych (w czasie <i>Prime time</i>);</li> <li>✓ na kanałach regionalnej telewizji Internetowej;</li> <li>✓ social media (np. <i>Facebook, YouTube</i>);</li> <li>✓ w kinach/sieciach kinowych znajdujących się na Mazowszu.</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>Telewizja i kina – dwa tygodnie Internet – bez ograniczeń w terminie zawieszenia</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy</td> <td>Całe przedsięwzięcie pozwoli upowszechnić wiedzę o efektach wdrażania RPO WM na Mazowszu poprzez najpopularniejsze kanały dotarcia (telewizja i Internet). Na dodatkowe zainteresowanie kampanią wpłynie niestandardowa i oryginalna forma przekazu, jaką jest animacja 3D i emisja w kinach</td> </tr> </table>	Co?	Kampania obejmująca produkcję filmu animowanego w technice 3D oraz jego emisję np. w kinie, telewizji regionalnej i w Internecie	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, środowiska opiniotwórcze, media	Gdzie?	W ramach kampanii będą wykorzystywane media o zasięgu regionalnym i lokalnym, w przypadku Internetu zasięg kampanii będzie geotargetowany na województwo mazowieckie	Jak?	Film animowany emitowany, np.: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ w regionalnych stacjach telewizyjnych (w czasie <i>Prime time</i>);</li> <li>✓ na kanałach regionalnej telewizji Internetowej;</li> <li>✓ social media (np. <i>Facebook, YouTube</i>);</li> <li>✓ w kinach/sieciach kinowych znajdujących się na Mazowszu.</li> </ul>	Jak intensywnie?	Telewizja i kina – dwa tygodnie Internet – bez ograniczeń w terminie zawieszenia	Kluczowe elementy	Całe przedsięwzięcie pozwoli upowszechnić wiedzę o efektach wdrażania RPO WM na Mazowszu poprzez najpopularniejsze kanały dotarcia (telewizja i Internet). Na dodatkowe zainteresowanie kampanią wpłynie niestandardowa i oryginalna forma przekazu, jaką jest animacja 3D i emisja w kinach
Co?	Kampania obejmująca produkcję filmu animowanego w technice 3D oraz jego emisję np. w kinie, telewizji regionalnej i w Internecie												
Do kogo?	Ogół społeczeństwa, środowiska opiniotwórcze, media												
Gdzie?	W ramach kampanii będą wykorzystywane media o zasięgu regionalnym i lokalnym, w przypadku Internetu zasięg kampanii będzie geotargetowany na województwo mazowieckie												
Jak?	Film animowany emitowany, np.: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ w regionalnych stacjach telewizyjnych (w czasie <i>Prime time</i>);</li> <li>✓ na kanałach regionalnej telewizji Internetowej;</li> <li>✓ social media (np. <i>Facebook, YouTube</i>);</li> <li>✓ w kinach/sieciach kinowych znajdujących się na Mazowszu.</li> </ul>												
Jak intensywnie?	Telewizja i kina – dwa tygodnie Internet – bez ograniczeń w terminie zawieszenia												
Kluczowe elementy	Całe przedsięwzięcie pozwoli upowszechnić wiedzę o efektach wdrażania RPO WM na Mazowszu poprzez najpopularniejsze kanały dotarcia (telewizja i Internet). Na dodatkowe zainteresowanie kampanią wpłynie niestandardowa i oryginalna forma przekazu, jaką jest animacja 3D i emisja w kinach												
<b>6. Czas trwania działania</b>	III/IV kwartał 2014 r.												
<b>7. Koszt działania</b>	798 500,00 zł												
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak												
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania												
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka, Ilona Soja-Kozłowska												
<b>11. Załączniki</b>	Brak												

#### Załącznik 4.

Tabela 7. Szczegółowy opis działania kampania wirusowa promująca tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013

<b>1. Organizator</b>	MJWPU												
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM 2007-2013												
<b>3. Typ działania</b>	Kampania promocyjna												
<b>4. Cel działania</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informowanie o stopniu wdrażania RPO WM w 2013 r. (efekty w ujęciu regionalnym).</li> <li>2. Upowszechnienie korzyści wynikających z wdrażania RPO WM 2007-2013 (efekty w ujęciu regionalnym).</li> <li>3 Zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO na Mazowszu.</li> </ol>												
<b>5. Opis działania</b>	<p>DZIAŁANIE:</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Kampania promocyjna - kampania wirusowa promująca tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Młodzież, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Internet (+ 2 inne media wskazane przez Wykonawcę)</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koncepcja kampanii zostanie opracowana w trybie konkursowym, dlatego też na tym etapie nie ma możliwości określenia ani szczegółowych działań, jakie będą prowadzone w ramach kampanii, ani mediów, które zostaną wykorzystane.</li> <li>2. Podstawowym medium będzie Internet, ponieważ mechanizm, na jakim opiera się kampania wirusowa, to samoistne rozprzestrzenianie się filmików viralowych w sieci.</li> <li>3. Kampania ma być przeprowadzona w co najmniej 3 mediach i jej przekaz musi być spójny dla wszystkich zaproponowanych kanałów/mediów i jej elementów.</li> </ol> </td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>Intensywność kampanii z powodu mechanizmu jej rozprzestrzeniania się jest trudna do szczegółowego określenia i przewidzenia. Można założyć, że główne działania związane z prowadzeniem kampanii będą trwać od 3-6 tygodni.</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy</td> <td> <p>Realizacja przedsięwzięcia będzie sprzyjała promowaniu następujących idei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację RPO WM na Mazowszu,</li> <li>– całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</li> <li>– dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”.</li> </ul> </td> </tr> </table>	Co?	Kampania promocyjna - kampania wirusowa promująca tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013	Do kogo?	Młodzież, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media	Gdzie?	Internet (+ 2 inne media wskazane przez Wykonawcę)	Jak?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koncepcja kampanii zostanie opracowana w trybie konkursowym, dlatego też na tym etapie nie ma możliwości określenia ani szczegółowych działań, jakie będą prowadzone w ramach kampanii, ani mediów, które zostaną wykorzystane.</li> <li>2. Podstawowym medium będzie Internet, ponieważ mechanizm, na jakim opiera się kampania wirusowa, to samoistne rozprzestrzenianie się filmików viralowych w sieci.</li> <li>3. Kampania ma być przeprowadzona w co najmniej 3 mediach i jej przekaz musi być spójny dla wszystkich zaproponowanych kanałów/mediów i jej elementów.</li> </ol>	Jak intensywnie?	Intensywność kampanii z powodu mechanizmu jej rozprzestrzeniania się jest trudna do szczegółowego określenia i przewidzenia. Można założyć, że główne działania związane z prowadzeniem kampanii będą trwać od 3-6 tygodni.	Kluczowe elementy	<p>Realizacja przedsięwzięcia będzie sprzyjała promowaniu następujących idei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację RPO WM na Mazowszu,</li> <li>– całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</li> <li>– dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”.</li> </ul>
Co?	Kampania promocyjna - kampania wirusowa promująca tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013												
Do kogo?	Młodzież, ogół społeczeństwa (zainteresowani mieszkańcy Mazowsza), środowiska opiniotwórcze, media												
Gdzie?	Internet (+ 2 inne media wskazane przez Wykonawcę)												
Jak?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koncepcja kampanii zostanie opracowana w trybie konkursowym, dlatego też na tym etapie nie ma możliwości określenia ani szczegółowych działań, jakie będą prowadzone w ramach kampanii, ani mediów, które zostaną wykorzystane.</li> <li>2. Podstawowym medium będzie Internet, ponieważ mechanizm, na jakim opiera się kampania wirusowa, to samoistne rozprzestrzenianie się filmików viralowych w sieci.</li> <li>3. Kampania ma być przeprowadzona w co najmniej 3 mediach i jej przekaz musi być spójny dla wszystkich zaproponowanych kanałów/mediów i jej elementów.</li> </ol>												
Jak intensywnie?	Intensywność kampanii z powodu mechanizmu jej rozprzestrzeniania się jest trudna do szczegółowego określenia i przewidzenia. Można założyć, że główne działania związane z prowadzeniem kampanii będą trwać od 3-6 tygodni.												
Kluczowe elementy	<p>Realizacja przedsięwzięcia będzie sprzyjała promowaniu następujących idei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację RPO WM na Mazowszu,</li> <li>– całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</li> <li>– dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”.</li> </ul>												
<b>6. Czas trwania działania</b>	III/IV kwartał 2014 r.												
<b>7. Koszt działania</b>	361 500,00 zł												
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak												
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania postępowania												
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka, Ilona Soja-Kozłowska												
<b>11. Załączniki</b>	Brak												

Załącznik 5.

**Tabela 8 Szczegółowy opis działania „szkolenia”: Szkolenia eksperckie**

<b>1. Organizator</b>	MJWPU												
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM												
<b>3. Typ działania</b>	Szkolenia												
<b>4. Cel działania</b>	Szkolenia eksperckie skierowane do beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów RPO WM 2007-2013. Forma prowadzenia zajęć: wykładowo-seminaryjna oraz każdorazowo indywidualne konsultacje z ekspertem. Tematyka: szczegółowe przedstawienie aspektów związanych z danym obszarem, np. pomoc publiczna, podatek VAT, Prawo zamówień publicznych, korekty finansowe za naruszenia w zakresie PZP, proces inwestycyjny w związku z realizacją projektów współfinansowanych z RPO WM 2007-2013 itp. Tematyka szkoleń będzie dobierana do bieżących potrzeb i zainteresowania uczestników.												
<b>5. Opis działania</b>	<p>DZIAŁANIE:</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Szkolenia eksperckie w formie wykładowo-seminaryjnej, każdorazowo możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji z ekspertem.</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Beneficjenci oraz potencjalni beneficjenci RPO WM.</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Wynajęcie sal wraz z cateringiem, zatrudnienie eksperta/prowadzącego (umowa zlecenie).</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>15 szkoleń eksperckich, każdorazowo dla max. 40 uczestników.</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy kreatywne</td> <td>Tematyka szkoleń będzie dobierana do bieżących potrzeb i zainteresowania uczestników. Każdorazowo możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji z ekspertem.</td> </tr> </table>	Co?	Szkolenia eksperckie w formie wykładowo-seminaryjnej, każdorazowo możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji z ekspertem.	Do kogo?	Beneficjenci oraz potencjalni beneficjenci RPO WM.	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, zatrudnienie eksperta/prowadzącego (umowa zlecenie).	Jak intensywnie?	15 szkoleń eksperckich, każdorazowo dla max. 40 uczestników.	Kluczowe elementy kreatywne	Tematyka szkoleń będzie dobierana do bieżących potrzeb i zainteresowania uczestników. Każdorazowo możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji z ekspertem.
Co?	Szkolenia eksperckie w formie wykładowo-seminaryjnej, każdorazowo możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji z ekspertem.												
Do kogo?	Beneficjenci oraz potencjalni beneficjenci RPO WM.												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.												
Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, zatrudnienie eksperta/prowadzącego (umowa zlecenie).												
Jak intensywnie?	15 szkoleń eksperckich, każdorazowo dla max. 40 uczestników.												
Kluczowe elementy kreatywne	Tematyka szkoleń będzie dobierana do bieżących potrzeb i zainteresowania uczestników. Każdorazowo możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji z ekspertem.												
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń - grudzień 2014 r. (w tym faza przygotowawcza)												
<b>7. Koszt działania</b>	207 900,00 zł.												
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak												
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania												
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka, Ilona Soja-Kozłowska												
<b>11. Załączniki</b>	Brak												