

**Załącznik nr 2**

**Nr postępowania: 13/ZAM/2020**

**KOSZTORYS OFERTOWY - ZAKRES DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Rodzaj zadania****działania** | **Krótki opis** | **Koszty netto****w PLN** | **Podatek VAT w %** | **Koszty brutto****W PLN** | **Terminy realizacji** | **Czas trwania** |
|  | Przygotowanie harmonogramu promocji i zarządzanie jego wdrożeniem | Harmonogram powinien zawierać rodzaje działań, czas, sposób ich realizacji, ich koszt, czas wykonania, terminy przygotowania materiałów jak i ceny wynikające z kosztorysu ofertowego. Na opracowanie składa się harmonogram wraz z programem promocji. |  |  |  | 5 dni od momentu podpisania umowy |  |
|  | Konferencja prasowa zamykająca projekt | Po konferencji wykonawca przekaże listę dziennikarzy w niej uczestniczących i przygotuje raport na temat materiałów dziennikarskich będących efektem konferencji prasowej.Wszystkie działania powinny być wykonywane w porozumieniu z beneficjentem i przez niego akceptowane. |  |  |  | IV kwartał 2021 r |  |
|  | Podstrona internetowa | Aktualizacja podstrony internetowej <https://modernizacjapanoramy.mnwr.pl> minimum 4 razy w roku. Strona powinna zawierać następujące elementy: opis projektu, informacje o projekcie i zaangażowaniu Unii Europejskiej, aktualności, multimedia.Wykonawca w ramach realizacji podstrony internetowej jest zobowiązany do wykonania baneru internetowego. Aktualizacja podstrony zgodny z Key Visual Projektu; wykonanie po akceptacji projektu przez Zamawiającego.Zamawiający w celu aktualizacji podstrony przekaże Wykonawcy hasła dostępu i inne niezbędne uprawnienia administracyjne. Za umieszczanie treści na stronie odpowiedzialny będzie Wykonawca. Wykonawca musi każdorazowo uzyskać akceptację treści i formy publikacji od Zamawiającego.Zamawiający jest właścicielem podstrony internetowej dedykowanej projektowi i może wykorzystywać materiały ze strony internetowej w celach marketingowych, w tym banery internetowe. |  |  |  |  | do zakończenia projektu (IV kwartał 2021). |
|  | Ogłoszenia w prasie regionalnej i ogólnopolskiej | Zamieszczenie 5 ogłoszeń w prasie regionalnej i ogólnopolskiej wraz z ich projektem graficznym, korektą edytorską. Ogłoszenia promujące źródła dofinansowania projektu opatrzone logotypami, zgodnie z aktualnymi wytycznymi dla projektów współfinansowanych z POIiŚ,. Projekt opracowany przez Wykonawcę i zaakceptowany przez Zamawiającego. Rodzaj reklam prasowych:Reklamy prasowe (5 ogłoszeń reklamowych, w tym 4 ogłoszenia w prasie regionalnej, 1 ogłoszenie w prasie ogólnopolskiej):**Ogłoszenia w prasie regionalnej:**jednorazowa reklama w dzienniku regionalnym (Dolny Śląsk) w postaci reklamy o wymiarach ¼ strony na stronie o formacie A3, standardowy papier gazetowy; ukazującym się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni nakład nie mniejszy niż 20 000 egz., dystrybucja odpłatna; z wykluczeniem tabloidów. Liczba ogłoszeń: 4.**Ogłoszenie w prasie ogólnopolskiej:**jednorazowa reklama w dzienniku ogólnopolskim w postaci reklamy o wymiarach 1/8 strony na stronie o formacie A3, standardowy papier gazetowy; dziennik o zasięgu ogólnopolskim, ukazujący się w postaci drukowanej, sześć razy w tygodniu (od poniedziałku do soboty), średni dzienny nakład dziennika nie mniejszy niż 25 000 egz.; dystrybucja odpłatna; z wykluczeniem tabloidów. Liczba ogłoszeń: 1. Wszystkie reklamy mają promować źródła dofinansowania Projektu powinny być opatrzone logotypami, zgodnie z aktualnymi wytycznymi dla projektów współfinansowanych z POiŚ. Treści reklam, projekty reklam prasowych opracowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego. Wykonawca dokonuje korekty językowej tekstów zamieszczanych w reklamach.Rozliczenie wykonania zadania: po udokumentowaniu publikacji ogłoszenia w rozliczeniu miesięcznym. Podstawą wykonania zapłaty jest przedstawienie wykonania każdorazowo |  |  |  | II kwartał 2021 r: ogłoszenia w prasie regionalnej – 2 szt.IV kwartał 2021r: ogłoszenia w prasie regionalnej- 2 sztIV kwartał 2021 r: ogłoszenie w prasie ogólnopolskiej – 1 szt. |  |
|  | Organizacja wydarzeń informacyjnych dla mediów oraz przedstawicieli świata kultury | Organizacja wydarzenia informacyjnego dla mediów oraz przedstawicieli świata kultury, którego celem jest przekazanie informacji o projekcie, źródle jego dofinansowania ( fundusze unijne), postępie w jego realizacji oraz zaangażowaniu Unii Europejskiej.Przygotowanie bazy dziennikarzy przedstawiciele świata kultury , przygotowanie materiałów prasowych i ulotek do wręczenia gościom. W wydarzeniu powinni wziąć udział dziennikarze mediów regionalnych i ogólnopolskich (prasa, radio, telewizja, portale internetowe), przedstawiciele władz, dyrektorzy instytucji kultury, osoby związane z Panoramą Racławicką. Przygotowanie i rozesłanie zaproszeń w formie elektronicznej.Przygotowanie i druk materiałów prasowych. Zapewnienie poczęstunku dla 50 osób w postaci wody mineralnej niegazowanej, kawy, herbaty, słodkich przekąsek.Wykonawca ma za zadanie przygotowanie sali (ustawienie krzeseł, stołów, oznaczenie wejścia do sali, ustawienie roll-upu oraz zapewnienie sprzętu multimedialnego do ewentualnego wyświetlania prezentacji i odpowiedniego nagłośnienia (w tym mikrofony bezprzewodowe).Sala wraz ze sprawnym sprzętem i jego obsługą techniczną musi być przygotowana w dniu wydarzenia co najmniej 60 minut przed planowaną godziną jego rozpoczęcia, |   |  |  | II kwartał 2021 r  |  |
|  | Kampania promocyjna w mediach społecznościowych: Facebook | Przeprowadzenie kampanii promującej Projekt na Facebooku. Przygotowanie harmonogramu promocji bezpłatnej i płatnej na Facebooku. Zamieszczenie postów bezpłatnych na profilu Panoramy Racławickiej (3 posty w ciągu roku) i przeprowadzenie dwóch płatnych kampanii reklamowych. Kampanie o zasięgu ogólnopolskim. Harmonogram promocji zgodny z harmonogramem prac prowadzonych w ramach projektu. Budżet kampanii płatnej 2000,00. |  |  |  | Do zakończenia projektu (IV kwartał 2021r) |  |
|  | Spot promujący projekt w lokalnym programie TVP | Przygotowanie scenariusza spota, napisanie treści, przygotowanie materiałów graficznych niezbędnych do produkcji spota; produkcja spota, zakup czasu antenowego i emisja spota w telewizji o zasięgu regionalnym (Dolny Śląsk). Spot powinien trwać 30 sekund, powinien mieć formę filmową. Liczba emisji: 10, w tym 4 emisje e tzw. prime time. |  |  |  | IV kwartał 2021 r |  |
|  | Tablica pamiątkowa | Wykonanie dwóch szklanych tablic pamiątkowych i ich montaż wewnątrz i na zewnątrz obiektu. ymiar tablic: 70 cm (wys.) x 100 cm (dł.). |  |  |  | IV kwartał 2021 r |  |
|  | Prace graficzne | Zapoznanie się z Key Visual Projektu oraz wytycznymi w zakresie informacji i promocji, zgodne z „Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” (Załącznik nr 1 do OPZ) oraz Załącznikiem nr 11 do umowy o dofinansowanie (załącznik nr 2 do OPZ) oraz identyfikacją wizualną Muzeum Narodowego we Wrocławiu (logo Zamawiającego), opisaną w materiałach załączonych jako załącznik nr 3 do OPZ pn. „Księga znaków muzeum”. Na bazie systemu identyfikacji wizualnej Projektu, tworzone będą projekty wszystkich materiałów promocyjnych:* reklamy w prasie
* aktualizacja podstrony internetowej
* baner na Facebooku
* plansze w spocie telewizyjnym
* tablice pamiątkowe

Materiały graficzne przygotowywane z wykorzystaniem Key Visual Projektu, dostarczane sukcesywnie zgodnie z harmonogramem od dnia podpisania umowy do IV kwartału 2021.Na materiałach graficznych, o których mowa powyżej nie może znaleźć się logo Wykonawcy. |  |  |  | Do zakończenia projektu (IV kwartał 2021r) |  |
| **RAZEM (suma pozycji 1-9)** | ………………… zł | ………………… zł | ……………zł |  |