

## 10.5. Promocja projektu

Działania o charakterze promocyjno-informacyjnym wykonane w różnorodnej formie, będą stanowić spójny i kompleksowy program marketingowy zrealizowany w latach 2010 – 2013. Zintegrowana promocja regionu w kontekście Projektu wymaga zastosowania wielorakich narzędzi. Wybór poszczególnych środków promocji to wypadkowa pomiędzy kosztami, skutecznością działania, możliwościami realizacyjnymi oraz charakterystyką grupy docelowej do której skierowana jest akcja promocyjna. Wyznacznikiem sposobów promowania projektu są przede wszystkim same cele promocji, które streszczono w poniższych punktach:

1. Promocja Projektu zwiększająca świadomość społeczną na temat udziału środków Unii Europejskiej w projektach realizowanych w ramach RPO WŚL 2001-2013.
2. Promocja obszaru projektu w sferze kultury
  - a) Poprawa percepcji atrakcyjności kulturalnej regionu.
  - b) Dotarcie z działaniami marketingowymi do odbiorców, także spoza regionu.
  - c) Popularyzowanie regionalnych atrakcji, imprez i wydarzeń kulturalnych.
  - d) Dostarczanie odbiorcom kompleksowego produktu opartego na rzetelnej informacji o wydarzeniach kulturalnych, obiektach zabytkowych, połączeniach komunikacyjnych oraz innych atrakcjach szeroko pojętej sfery kultury.
  - e) Promocja zasad współpracy i partnerstwa podmiotów zaangażowanych w organizację wydarzeń kulturalnych oraz informujących o atrakcjach kulturalnych regionu.

W odniesieniu do pierwszego celu zaplanowano następujące instrumenty informacyjne oraz promocyjne informujące o zakresie realizowanego projektu i wsparciu ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego:

- tabliczki informacyjne o wymiarach 20 cm x 30 cm (zamieszczone w siedzibie Lidera i partnerów Projektu oraz punktach informacji kulturalnej),
- plakietki informacyjne (będą stosowane do oznakowania zakupionych środków trwałych i elementów wyposażenia znajdujących się w pomieszczeniach punktów informacji kulturalnej),
- spotkania informacyjne,
- publikacje i narzędzia komunikacji audiowizualnej (w tym na stronie internetowej),
- korespondencję prowadzoną w sprawach projektu z wykonawcami projektów, instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WSL 2007-2013,
- dokumenty związane z postępowaniami o udzielenie zamówień publicznych, a zwłaszcza ogłoszeń (jeśli istnieje techniczna możliwość wprowadzenia elementów informacji i promocji), SIWZ i umów,
- materiały konferencyjne, materiały multimedialne (na nośnikach CD/DVD oraz w formie papierowej),
- stosowne informacje na witrynie internetowej odnośnie projektu realizowanego w ramach RPO WSL 2007-2013.

Powyższe instrumenty będą zgodne z „Wytycznymi instytucji zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 dla beneficjentów w zakresie informacji i promocji”. Materiały informacyjne, promocyjne oraz dokumenty (zarówno papierowe jak i elektroniczne) stosowane w trakcie realizacji Projektu będą oznaczone logotypami i znakami graficznymi wskazanymi (udostępnionymi) przez Instytucję Zarządzającą.

Ponadto w zamyśle beneficjenta promocja projektu będzie w znacznym stopniu tożsama z kompleksową promocją obszaru projektu, jako unikalnego i atrakcyjnego obszaru pod względem dziedzictwa kulturowego. Z założeniem tym utożsamiają się cele „a-e” promocji obszaru Projektu w sferze kultury. Do ich realizacji wybrano poniższe narzędzia marketingowe

- stworzenie logo i szaty graficznej dla Projektu.
- prezentacja multimedialna,
- udział w konferencjach i wystawach dotyczących kultury.
- reklama bezpośrednia - artykuły sponsorowane w prasie i czasopismach specjalistycznych,.
- komunikaty i materiały publikowane w regionalnym portalu informacji kulturalnej, w regionalnym katalogu zabytków, w serwisach internetowych Lidera i Partnerów Projektu.

Promocja Projektu - Diagram Struktury Produktów (DSP)		
Promocja projektu (PR)	Promocja Projektu zwiększająca świadomość społeczną na temat udziału środków Unii Europejskiej (PR.P)	Tabliczki informacyjne o wymiarach 20 cm x 30 cm (zamieszczone w siedzibie lidera i partnerów Projektu oraz punktach informacji kulturalnej)
		Plakietki informacyjne (będą stosowane do oznakowania zakupionych środków trwałych i elementów wyposażenia znajdujących się w pomieszczeniach punktów informacji kulturalnej),
		Spotkania informacyjne
		Publikacje i narzędzia komunikacji audiowizualnej (w tym na stronie internetowej)
		Korespondencja prowadzona w sprawach projektu z wykonawcami projektów, instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WSL 2007-2013
		Dokumenty związane z postępowaniami o udzielenie zamówień publicznych, a zwłaszcza ogłoszeń (jeśli istnieje techniczna możliwość wprowadzenia elementów informacji i promocji), SIWZ i umów
		Materiały konferencyjne, materiały multimedialne (na nośnikach CD/DVD oraz w formie papierowej)
		Stosowne informacje na witrynie internetowej odnośnie projektu realizowanego w ramach RPO WSL 2007-2013
	Promocja obszaru projektu w sferze kultury (PR.K)	Stworzenie logo i szaty graficznej dla Projektu
		Prezentacja multimedialna
		Udział w konferencjach i wystawach dotyczących kultury
		Reklama bezpośrednia - artykuły sponsorowane w prasie i czasopismach specjalistycznych
		Komunikaty i materiały publikowane w regionalnym portalu informacji kulturalnej, w regionalnym katalogu zabytków, w serwisach internetowych Lidera i Partnerów Projektu

## 10.6. Plan wdrożenia przedsięwzięcia

Plan Projektu został opracowany w rygorach metodologii PRINCE2. Przyjęto następujące kamienie milowe:

1. 08.03.2010r. - Zakończenie opracowania dokumentacji projektu, złożenie wniosku o dofinansowanie Projektu;
2. 31.12.2010r. - Zakończenie analiz oraz kontraktowania wykonawców zaplanowanych dostaw i usług;
3. 31.12.2011r. - Wdrożenie regionalnego systemu e-informacji kulturalnej w podstawowym zakresie;
4. 30.06.2012r. - Uruchomienie cyfrowego systemu znakowania obszarów i obiektów kulturowych;
5. 30.09.2013r. - Zakończenie realizacji wszystkich zaplanowanych produktów inwestycyjnych projektu.

**Harmonogram etapów projektu**

Symbol	Opis	2009		2010				2011				2012				2013			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Etap 1	Przygotowanie projektu do realizacji	x	x	x															
Etap 2	Inicjowanie projektu, przeprowadzenie zamówień publicznych kontraktujących wykonawców dostaw i usług				x	x	x												
Etap 3	Podstawowe wdrożenie regionalnego systemu e-informacji kulturalnej (RSIK), promocja projektu (PRO)							x	x	x	x								
Etap 4	Kompleksowe wdrożenie regionalnego systemu e-informacji kulturalnej (RSIK), promocja projektu (PRO)											x	x	x	x	x	x	x	x
Etap 5	Zamykanie projektu, raport końcowy																		x
	Kamienie milowe			k				k			k		k						k

**Harmonogram realizacji produktów zarządczych, dokumentacji i promocji projektu**

Symbol	Opis	2009		2010				2011				2012				2013			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PP	Wniosek o dofinansowanie, studium wykonalności projektu, dokumentacje techniczne, analizy	x	x	x															
IP.DIP	Dokument Inicjujący Projekt (DIP)				x	x													
IP.KM	Zakontraktowanie Menadżera						z												
IP.KI	Zakontraktowanie kompleksowego wykonawcy zadań inwestycyjnych						z	z											
ZA.KA	Zakontraktowanie wykonawcy audytu										z								
ZA.PA	Przeprowadzenie audytu zewnętrznego											x							
ZA.M	Zarządzanie projektem (usługi zakontraktowanego Menadżera)						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
ZA.R	Raporty etapu, Raport końcowy				r			r				r							r
PRO	Promocja projektu							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

**Harmonogram realizacji produktów inwestycyjnych**

Symbol	Opis	2009		2010				2011				2012				2013			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
RP	Regionalny portal www.silesiakultura.pl – instalacja i konfiguracja oprogramowania							x	x										
PeUK	Platforma e-Usług Kultury – instalacja i konfiguracja oprogramowania							x	x	x									
SCZO	System cyfrowego znakowania obszarów i obiektów atrakcyjnych kulturowo oraz eksponatów muzealnych (SCZO) – instalacja i konfiguracja oprogramowania										x								
EI	Opracowanie e-informacji kulturalnej w zakresie 40 obszarów i 1400 obiektów atrakcyjnych kulturowo							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
EU	Uruchomienie 4 usług transakcyjnych świadczonych drogą elektroniczną							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
OCO	Oznakowanie cyfrowe 40 obszarów i 1400 obiektów atrakcyjnych kulturowo											x	x	x	x	x	x	x	x
OCE	Oznakowanie cyfrowe 2600 eksponatów w 10 obiektach kultury											x	x	x	x	x	x	x	x
SE	Sprzęt elektroniczny dla obiektów kultury oraz redaktorów e-informacji								x										x

Szereg dodatkowych ustaleń z *Planu Projektu* zawiera załączony do wniosku *Wyciąg z Dokumentacji Technicznej*.