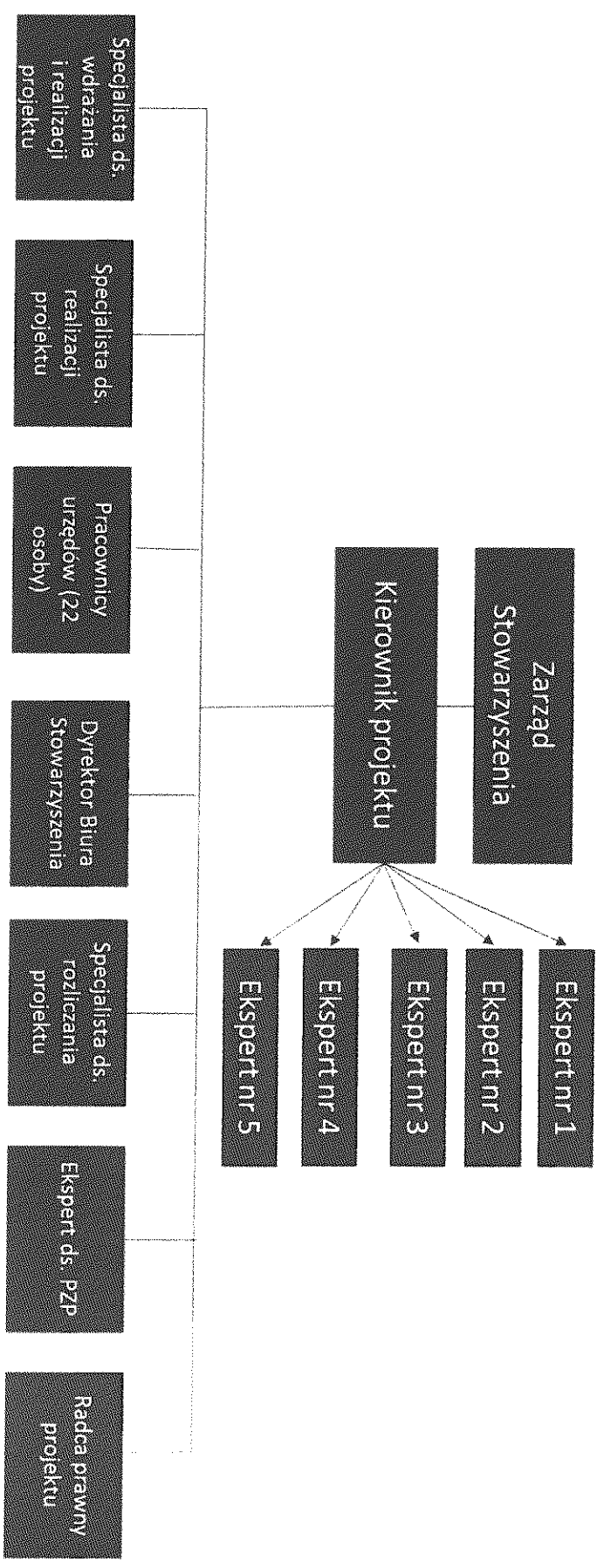
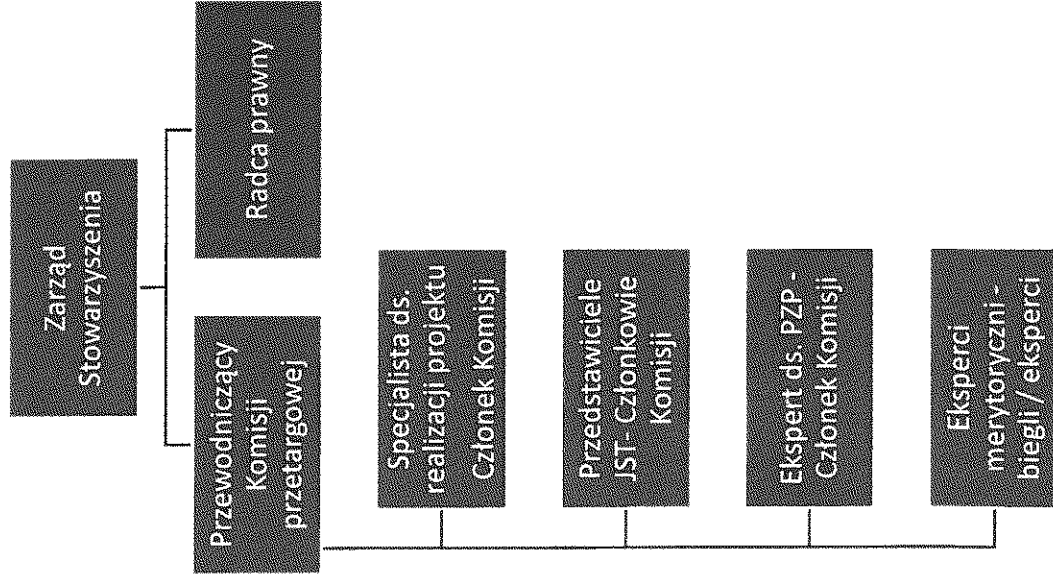


Załącznik nr 1 do
Stanowiska Walnego Zebrania Stowarzyszenia
z dn. 27.06.2017 r.



Rysunek 1: Struktura zespołu ds. realizacji projektu

STRUKTURA KOMISJI PRZETARGOWEJ



Rysunek 2 Struktura Komisji przetargowej

Zasoby i zadania:

Kierownik projektu

Kadra zewnętrzna (1 osoba) pełen etat

Kierownik merytoryczny organizuje i zarządza procesem realizacji projektu, nadzoruje stopień osiągnięcia założonych wskaźników, postęp harmonogramu rzeczowo-finansowego. Wspólnie z ekspertami uzgadnia zakres merytoryczny udzielanych zamówień publicznych. Czuwa nad całością procesu wdrażania projektu. Odpowiada za spójność i synergię pomiędzy poszczególnymi zadaniami projektu. Analizuje ryzyka realizacji projektu, przedstawia propozycje zmian mających na celu minimalizację zagrożeń.

Zadania kierownika projektu:

1. Reprezentowanie projektu na zewnątrz i wewnątrz (Walne Zebranie, Zarząd, spotkania robocze).
2. Reprezentowanie Zespołu i Komisji przetargowej przed Zarządem i podmiotami zewnętrznymi zaangażowanymi w realizację projektu (bezpśrednia współpraca z Wykonawcami poszczególnych zadań projektu).
3. Kierowanie i nadzór nad pracą Zespołu ds. realizacji projektu: Specjalista ds. realizacji projektu, Specjalista ds. rozliczania projektu, 22 pracowników urzędów, radca prawny projektu oraz eksperci merytoryczni. Rekomendowanie zmian struktury Zespołu, o ile wystąpi taka potrzeba.
4. Nadzór i koordynacja pracy ekspertów zaangażowanych w projekt.
5. Kierowanie Komisją przetargową.
6. Nadzór nad realizacją działań projektowych zgodnie z umową o dofinansowanie.
7. Monitorowanie zgodności sposobu realizacji projektu z obowiązującymi przepisami prawa wspólnotowego, krajowego, wytycznymi horyzontalnymi i aktualnymi wersjami dokumentów programowych dla RPO (współpraca z Radcą prawnym),
8. Uruchomienie projektu: przygotowanie strategii realizacji projektu, harmonogramu i planu działań.
9. Nadzór nad przestrzeganiem przyjętych zarządzeń, regulaminów, instrukcji, zasad.
10. Dokonywanie analizy ryzyk w projekcie i opracowywanie planów działań zapobiegawczych.
11. Monitorowanie usuwania wad i nieprawidłowości w zakresie realizowanych usług i podjętych działań naprawczych.
12. Zgłaszanie propozycji zmian w projekcie, umowie o dofinansowanie, umowie partnerskiej.
13. Zapewnienie prawidłowej obsługi kontroli zewnętrznej / audytów.
14. Koordynacja całości procesu tworzenia MSOIIe, w tym:
 - a. opracowanie harmonogramu spotkań i nadzór nad jego realizacją, bieżąca komunikacja z podmiotami zaangażowanymi w prace,
 - b. monitorowanie postępu prac, udostępnianie informacji w tym zakresie,
 - c. nadzór nad zgodnością elementów aranżacji przestrzeni z Systemem Identyfikacji Wizualnej; nadzór nad sposobem aranżacji przestrzeni biurowej pod względem jego zgodności z przyjętą koncepcją oraz SIW,
 - d. koordynacja procesu opracowania i dystrybucji wielojęzycznej wizytówki inwestycyjnej,
 - e. koordynacja procesu uczestnictwa delegacji zespołu w spotkaniach typu B2B, B2A i innych wydarzeniach związanych z funkcjonowaniem MSOIIe pod kątem opracowania kalendarza spotkań, ustalania składu osobowego oraz kwestii logistyki.

15. Koordynacja całości procesu tworzenia SIG, w tym:
 - a. opracowanie harmonogramu spotkań i jego realizacja, bieżąca komunikacja z podmiotami zaangażowanymi w prace,
 - b. nadzór nad zgodnością layoutu graficznego SIG z Systemem Identyfikacji Wizualnej,
 - c. odbiór od wykonawcy gotowego produktu końcowego (Systemu Informacji Gospodarczej).
16. Szkolenia - koordynacja procesu szkoleń pracowników SIW.
17. Koordynacja i nadzór procesu opracowywania SIW, w tym nadzór nad prawidłowym stosowaniem SIW przez Partnerów i inne wykorzystujące go podmioty.
18. Business in Mazury / Cykl spotkań:
 - a. koordynacja procesu organizacji spotkań w zakresie opracowania kalendarza, nadzoru nad rekrutacją uczestników, logistyczną stroną przedsięwzięcia oraz prawidłowym przebiegiem spotkań.
19. Business in Mazury / Konferencje:
 - a. koordynacja procesu organizacji konferencji w zakresie opracowania ich programów, nadzoru nad rekrutacją uczestników i prelegentów, logistyczną stroną przedsięwzięcia oraz prawidłowym przebiegiem konferencji,
 - b. wyznaczenie prelegentów, jeżeli program konferencji zakłada wystąpienie osób reprezentujących Stowarzyszenie,
 - c. zapewnienie udziału przedstawicieli Stowarzyszenia w konferencjach, w tym przede wszystkim uczestnictwo w organizowanych panelach branżowych,
 - d. zapewnienie udziału przedstawicieli Stowarzyszenia w konferencjach organizowanych w ramach cyklu.
20. Badania trackingowe:
 - a. odbiór raportów z badań od wykonawcy/wykonawców i ich weryfikacja, po zasięgnięciu opinii eksperta ds. promocji gospodarczej, pod względem zgodności z zamówieniem (terminowość, jakość, zastosowana metodyka),
 - b. koordynacja procesu formułowania rekomendacji i zaleceń na podstawie wniosków z badań,
 - c. wdrażanie rekomendacji i zaleceń formułowanych na podstawie wniosków z badań i koordynacja procesu wdrażania u Partnerów projektu.
21. Ogólnopolska kampania reklamowa:
 - a. Koordynacja prac związanych z planowaniem treści kampanii,
 - b. Koordynacja procesu przekazywania informacji i treści niezbędnych do realizacji poszczególnych komponentów kampanii poprzez zbieranie ich od Partnerów i przekazywanie wykonawcy,
 - c. Nadzór nad zgodnością produktów końcowych (elementów kampanii) z zamówieniem, przyjętą koncepcją oraz Systemem Identyfikacji Wizualnej.
 - d. Odbiór produktów końcowych, po zaopiniowaniu przez Eksperta.
22. Działania promocyjne nakierowane na inwestorów i kontrahentów zagranicznych:
 - a. Koordynacja procesu organizacji misji gospodarczych poprzez nadzór nad ekspertem ds. ponadregionalnych i ponadnarodowych łańcuchów kooperacyjnych:
 - i. udział w wyłonieniu wykonawców,
 - ii. ustalenie kalendarza misji,

- iii. nadzór nad organizatorem misji gospodarczych (wyspecjalizowaną instytucją) w zakresie prawidłowego jej przebiegu zarówno od strony merytorycznej, jak i logistycznej,
 - iv. koordynację procesu organizacji wizyt studyjnych, uczestnictwo w kontaktach z podmiotami-gospodarzami wizyt; weryfikacja i zatwierdzenie pisemnych raportów podsumowujących misję,
 - v. uczestnictwo przedstawicieli Stowarzyszenia w spotkaniach i wydarzeniach organizowanych w ramach misji gospodarczych;
- b. Weryfikacja i akceptacja treści artykułów sponsorowanych, reklam i ogłoszeń w zagranicznej prasie oraz mediach elektronicznych.
23. Działania PR w Polsce i zagranicą:
- a. całościowy nadzór nad Ekspertem ds. promocji gospodarczej w zakresie media relations:
 - i. ustalenie z wykonawcami koncepcji i kalendarza audycji i publikacji;
 - ii. koordynację procesu przekazywania wykonawcom treści i informacji niezbędnych do realizacji poszczególnych działań komunikacyjnych;
 - iii. udział przedstawicieli Stowarzyszenia w audycjach telewizyjnych, przewidzianych do emisji w ramach zadania;
 - iv. udział przedstawicieli Stowarzyszenia w wizytach studyjnych, przewidzianych do organizacji w ramach zadania,
 - v. udział przedstawicieli Stowarzyszenia w zagranicznych targach i konferencjach w celu nawiązania kontaktów biznesowych
 - vi. weryfikację produktów końcowych pod kątem ich zgodności z przyjętą koncepcją, koordynację procesu organizacji wizyt studyjnych dla dziennikarzy polskich.
 24. Media społecznościowe:
 - a. Nadzór nad Ekspertem ds. promocji gospodarczej w zakresie realizowanego działania.
 25. Film i folder promocyjny:
 - a. Nadzór nad Ekspertem ds. promocji gospodarczej w zakresie realizowanego działania.
 26. Regularna publikacja i dystrybucja wydawnictw promocyjnych:
 - a. Nadzór nad Ekspertem ds. promocji gospodarczej w zakresie realizowanego działania.

Biuro Stowarzyszenia WJM 2020:

Biuro odpowiada za wdrażanie projektu na poziomie operacyjnym, organizuje i prowadzi biuro projektu, realizuje bieżące kontakty z Partnerami, IZ i interesariuszami projektu – z inicjatyw i w uzgodnieniu z Kierownikiem Projektu.

W strukturze Biura Stowarzyszenia WJM 2020 zostanie zatrudniony dodatkowy pracownik dedykowany przygotowaniu i realizacji projektu.

Dyrektor Biura Stowarzyszenia WJM 2020 Kadra własna (1 osoba)

Zadania:

- udział w szkoleniach z zakresu Wzmocnienie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Strategii
- S/G: udział w pracach nad opracowaniem i testowaniem,

Specjalista ds. wdrożenia i realizacji projektu (nowozatrudniony pracownik Biura) Kadra własna (1 osoba: zatrudnienie w niepełnym wymiarze godzin)
Służbowo podlega bezpośrednio Kierownikowi projektu.

Zadania:

1. We współpracy z kierownikiem projektu przeprowadzenie naboru kadry projektu. W szczególności:
 - a. Zebranie informacji o potencjalnej kadrze projektu ekspertach, pracownikach.
 - b. negocjacje warunków zatrudnienia.
 - c. przedstawienie propozycji do Zarządu Stowarzyszenia.
 - d. Przygotowanie umów.
 - e. Nadzór nad realizacją umów.
2. W uzasadnionych przypadkach zastępowanie Kierownika Projektu w reprezentowaniu projektu na zewnątrz i wewnątrz (Walne Zebranie, Zarząd, spotkania robocze).
3. Uruchomienie i nadzór nad realizacją Ekspertyzy w zakresie systemów obsługi inwestora, działań na rzecz wsparcia eksportu, współpracy B2A, A2A oraz badania oczekiwań inwestorów i przedsiębiorców”.
4. Współpraca przy przygotowaniu dokumentacji przetargowej na przeprowadzenie spotkań konsultacyjnych i testujących MSOiE i SIG.
5. Mazurski System Obsługi Inwestora i Eksperta (MSOiiE) :
 - a. rekrutacja interesariuszy (przy pomocy pracowników urzędów), udział w spotkaniach
 - b. udział w pracach nad stworzeniem i testowaniem
 - c. koordynacja organizacji spotkań konsultacyjnych, opracowywanie i dystrybucja informacji o postępach prac; nadzór nad zgodnością elementów aranżacji przestrzeni z Systemem Identyfikacji Wizualnej; nadzór nad sposobem aranżacji przestrzeni biurowej w Urzędach Gmin i Miast pod względem jego zgodności z przyjętą koncepcją oraz SIW
 - d. obsługa MSOiiE – rzeczywiste wykorzystanie wypracowanych procedur i stworzonej infrastruktury (zaaranżowanej przestrzeni) do tworzenia platformy nawiązywania kontaktów biznesowych, w szczególności poprzez organizację spotkań przedstawicieli lokalnego biznesu, potencjalnych inwestorów, dysponentów nieruchomości i innych interesariuszy, których aktywność wpływa na rozwój gospodarczy mikroregionu.
6. System Informacji Gospodarczej:
 - a. rekrutacja interesariuszy do udziału w pracach nad SIG, udział w spotkaniach
 - b. koordynacja procesu zakupów poszczególnych komponentów Systemu
 - c. udział w pracach nad opracowaniem i testowaniem
 - d. rozpowszechnianie SIG wśród nowych interesariuszy
 - e. zbieranie od użytkowników informacji o ewentualnym niewłaściwym funkcjonowaniu Systemu i przekazywanie ich do wykonawcy SIW
7. SIW realizacja procesu opracowywania SIW poprzez:
 - a. opracowanie propozycji i uwag odnośnie poszczególnych komponentów Systemu
 - b. zbieranie od Partnerów projektu propozycji i uwag odnośnie wyglądu poszczególnych komponentów Systemu
 - c. przekazywanie propozycji i uwag do wykonawcy

- d. nadzór nad wdrożeniem przez wykonawcę zgłoszonych uwag i propozycji
- e. odbiór produktu końcowego od wykonawcy
- f. wdrożenie SIW w siedzibie Stowarzyszenia (odpowiednie oznakowanie), stosowanie wskazanych w SIW logotypów, haseł i oprawy graficznej w oficjalnej korespondencji (papierowej i elektronicznej), na wizytówkach, gadżetach promocyjnych, plakatach, folderach, ulotkach, zaproszeniach i innych materiałach, odpowiednie oznakowanie strony www, zgodne z założeniami Systemu w zakresie logotypów, haseł i oprawy graficznej

Specjalista ds. realizacji projektu (nowozatrudniony pracownik Biura) Kadra własna (1 osoba pełen etat)

Służbowo podlega bezpośrednio Kierownikowi projektu.

Zadania:

1. Przygotowanie projektów zarządzeń, regulaminów, instrukcji wewnętrznych,
2. Prowadzenie bazy danych interesariuszy projektu,
3. Zapewnienie dostępności dokumentacji projektu przy postępowaniach kontrolnych i audytach,
4. Sporządzanie wniosków o płatność w części merytorycznej dot. uczestników projektu, w tym komunikowanie się z IZ w związku z weryfikacją wniosków o płatność,
5. Obsługa wszystkich modułów systemu SL 2014 (wnioski o płatność, baza personelu, informacja o uczestnikach projektu, zamówienia publicznej)
6. Koordynacja realizacji cyklu szkoleń dla członków zespołu w zakresie: opracowywania kalendarza szkoleń, zgłaszania listy uczestników, odbioru wykonanych prac,
7. Przygotowanie planów zamówień publicznych, a następnie wdrażanie i przestrzeganie,
8. Udział w pracach Komisji przetargowej (członek Komisji),
9. Przygotowanie umów z wykonawcami wyłonionymi w drodze przeprowadzonych postępowań,
10. Prowadzenie postępowań zamówień publicznych o szacowanej wartości poniżej progów przetargowych,
11. Prowadzenie ewidencji udzielonych w ramach projektu zamówień publicznych, w tym zamówień do 30 tys. euro,
12. Sprawdzanie pod względem merytorycznym dokumentów finansowych, sprawdzanie zgodności ich zakresu rzeczowego z podpisanymi umowami oraz harmonogramem realizacji projektu,
13. Kontrola działań projektowych, w tym wykonawstwa zleconych usług,
14. Prowadzenie odbiorów usług, w tym wskazywanie nieprawidłowości, wzywianie Wykonawców do ich usunięcia, egzekwowanie należnych odszkodowań i kar (odbioru usług prowadzone przy współudziale Kierownika projektu oraz właściwych ekspertów merytorycznych),
15. Weryfikacja kwalifikowalności wydatków ponoszonych w projekcie, zgodnie z *Wytłumaczeniami w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (...)*,
16. Przechowywanie i archiwizowanie zgromadzonej dokumentacji projektu zgodnie z zasadami określonymi w umowie o dofinansowanie projektu, wtycznych horyzontalnych i dokumentach programowych,
17. Zapewnienie obsługi i udział w posiedzeniach Zespołu i Komisji przetargowej,

18. Udział w szkoleniach z zakresu Wzmocnienie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Strategii,
19. MSOIE:
- a. obsługa MSOIE – rzeczywiste wykorzystanie wypracowanych procedur i stworzonej infrastruktury (zaaranżowanej przestrzeni) do tworzenia platformy nawiązywania kontaktów biznesowych, w szczególności poprzez organizację spotkań przedstawicieli lokalnego biznesu, potencjalnych inwestorów, dysponentów nieruchomości i innych interesariuszy, których aktywność wpływa na rozwój gospodarzy mikroregionu.
- SIG:
- organizacja spotkań konsultacyjnych
 - bieżąca obsługa Systemu,
 - pomoc w rozpowszechnianiu SIG wśród nowych interesariuszy,
- SIW:
- stosowanie wskazanych w SIW logotypów, haseł i oprawy graficznej w oficjalnej korespondencji (papierowej i elektronicznej), na wizytówkach, gadżetach promocyjnych, plakatach, folderach, ulotkach, zaproszeniach i innych materiałach, odpowiednie oznakowanie strony www, zgodne z założeniami Systemu w zakresie logotypów, haseł i oprawy graficznej.
20. Zadanie1. Business in Mazury / Cykl spotkań:
- a. informowanie o spotkaniach za pośrednictwem strony www Stowarzyszenia oraz w jego siedzibie za pośrednictwem plakatów, broszur i wydawnictw promocyjnych,
 - b. udział w spotkaniach organizowanych w ramach cyklu,
 - c. publikacja relacji z przebiegu spotkania na stronie www Stowarzyszenia i w wydawnictwach promocyjnych.
21. Zadanie1. Business in Mazury / Konferencje:
- a. rekrutacja uczestników, logistyczna strona przedsięwzięcia (m.in. lokalizacja, odpowiednio wyposażone pomieszczenia, zgodność z zamówieniem warunków akomodacji uczestników i poczęstunku w trakcie trwania konferencji, nadzór nad zgodnością z zamówieniem zaproszeń, materiałów konferencyjnych i promocyjnych),
 - b. informowanie o konferencjach za pośrednictwem strony www Stowarzyszenia oraz w jego siedzibie za pośrednictwem plakatów, broszur i wydawnictw promocyjnych,
 - c. publikacja relacji z przebiegu konferencji na stronie www Stowarzyszenia i w wydawnictwach promocyjnych.
23. Zadanie2. Badania trackingowe:
- a. wdrażanie rekomendacji i zaleceń formułowanych na podstawie wniosków z badań i koordynacja procesu wdrażania u Partnerów projektu,
 - b. publikacja wyników badań w Systemie Informacji Gospodarczej;
24. Zadanie 6. Media społecznościowe:
- d. koordynacja procesu przekazywania informacji i treści niezbędnych do realizacji poszczególnych kampanii poprzez zbieranie ich od Partnerów i przekazywanie wykonawcy,
 - e. nadzór nad zgodnością produktów końcowych (kampanii w poszczególnych kanałach) z zamówieniem, przyjętą koncepcją oraz Systemem Identyfikacji Wizualnej,
 - f. odbiór produktów końcowych.

26. Zadanie 7. Film i folder promocyjny:
- a. koordynacja procesu przekazywania informacji i treści niezbędnych do realizacji filmu i produkcji folderu poprzez zbieranie ich od Partnerów i przekazywanie wykonawcom,
 - b. nadzór nad zgodnością produktów końcowych (filmu i folderu) z zamówieniem, przyjętą koncepcją oraz Systemem Identyfikacji Wizualnej,
 - c. odbiór produktów końcowych,
 - d. dystrybucja folderu promocyjnego i koordynacja działań Partnerów w tym zakresie,
 - e. publikacja filmu w Systemie Informacji Gospodarczej, oraz na stronie www Stowarzyszenia.
27. Zadanie Regularna publikacja i dystrybucja wydawnictw promocyjnych:
- Koordynacja procesu publikacji wydawnictwa poprzez: ustalenie z wykonawcą kalendarza terminów wydawniczych, nakładu, objętości i innych parametrów niezbędnych do rozpoczęcia produkcji; dostarczanie wykonawcy informacji i treści niezbędnych do stworzenia zawartości wydawnictwa i jego okresowej aktualizacji; Koordynacja procesu konsultacyjnego projektu wydawnictwa – Jego oprawy graficznej, treści oraz jakości materiałów; weryfikacja projektu wydawnictwa pod kątem uwag i sugestii zgłoszonych w procesie konsultacji; Akceptacja projektu wydawnictwa, Dystrybucja wydawnictwa i koordynacja działań Partnerów w tym zakresie.

Specjalista ds. rozliczenia finansowego projektu (1 osoba)

Zadania:

1. Opracowanie polityki rachunkowości dla projektu,
2. Przygotowywanie harmonogramów płatności, planów płatności (dot. realizowanych usług/dostaw), aktualizacja kwot, wartości przypisanych poszczególnym kwartałom, monitorowanie poniesienia kosztów kwalifikowanych i niekwalifikowanych z podziałem na Lidera i Partnerów projektu,
3. Kontrola realizacji harmonogramów rzeczowo-finansowych projektu, w tym wykazywanie oszczędności przetargowych, przekazywanie informacji Kierownikowi projektu,
4. Sprawdzanie pod względem formalnym i rachunkowym dokumentów finansowych, sprawdzanie ich zgodności z planem płatności i podziałem na Lidera i Partnerów projektu, a następnie przekazanie ich Partnerom projektu celem optacenia,
5. Sporządzanie wniosków o płatność w części finansowej w systemie SL2014, w tym komunikowanie się z IZ w związku z weryfikacją wniosków o płatność,
6. Weryfikacja kwalifikowalności wydatków poniesionych w ramach projektu,
7. Weryfikacja prawidłowości i kompletności dokumentów finansowych, przekazywanej do Instytucji Pośredniczącej/Zarządzającej z wnioskiem o płatność,
8. Obsługa modułu „Harmonogram płatności” w systemie SL2014,
9. Prowadzenie rejestrów księgowych, wyodrębnionych na potrzeby realizacji projektu,
10. Prowadzenie rejestru zweryfikowanych faktur/rachunków,
11. Zapewnienie terminowej realizacji płatności dot. Lidera projektu oraz monitorowanie terminowej płatności przez Partnerów projektu,
12. Przechowywanie i archiwizowanie zgromadzonej dokumentacji projektu zgodnie z zasadami określonymi w umowie o dofinansowanie projektu, wyciecznych horyzontalnych i dokumentach programowych,
13. Przygotowanie i prowadzenie dokumentacji związanej z pomocą de minimis (o ile wystąpi konieczność); zakres: wniosek o udzielenie pomocy de minimis; formularz informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc de minimis; oświadczenie dotyczące pomocy de minimis; oświadczenie dotyczące przedsiębiorstwa związanego (jeżeli dotyczy),
14. Zapewnienie dostępności dokumentacji projektu, w tym księgowej przy postępowaniach kontrolnych i audytach.

Pracownicy Partnerów projektu

Pracownicy urzędów

Kadra własna (22 osoby, tj. 2 osoby x 11 gmin)

Zadania:

1. Udział w pracach Zespołu ds. realizacji projektu, w tym opiniowanie udostępnionej dokumentacji projektowej w zakresie planowanych działań, przetargów (w tym pomoc w szacowaniu wartości zamówień publicznych), zarządzeń, regulaminów, umów, instrukcji, harmonogramów realizacji i planów płatności,
2. Kontrola przestrzegania przez Partnerów projektu zarządzeń, regulaminów, instrukcji wewnętrznych, harmonogramów realizacji i innych dokumentów przyjętych do stosowania,
3. Kontrola działań projektowych, w tym wykonawstwa zleconych usług,

4. Rozliczanie projektu: dokumentowanie przebiegu projektu (faktury, protokoły odb., listy obecności, deklaracje uczestnictwa MŚP, oświadczenia, rejestr faktur, raporty, sprawozdania na potrzeby wniosków o płatność), dokumentacja realizowanych działań promocyjnych,
5. Przygotowywanie (w okresie kwartalnym) informacji o liczbie obsłużonych Klientów krajowych i zagranicznych (potencjalnych inwestorów),
6. Udział w szkoleniach podnoszących kwalifikacje z zakresu obsługi inwestorów i wsparcia eksporterów,
7. Aktywny udział w promocji wszystkich etapów projektu, polegający na publikacji informacji o projekcie, realizowanych działaniach, postępie prac. Przekazywanie linków i artykułów do Lidera,
8. Aktywny udział w „Badaniu oczekiwań inwestorów..”, w celu obiektywnej oceny działań promocji gospodarce i zdiagnozowaniu potrzeb i oczekiwań inwestorów. Udział realizowany poprzez pomoc w wyborze i dotarciu do grupy docelowej, ustosunkowanie się do wniosków, i opracowaniu własnych rekomendacji,
9. Aktywny udział w pracach nad wykonaniem niezależnej ekspertyzy istniejących rozwiązań w zakresie obsługi inwestora i eksportera oraz promocji gospodarce poprzez:
 - a) udostępnianie niezbędnych informacji i dokumentów,
 - b) współprojektowanie zmian adekwatnych do możliwości i potrzeb,
 - c) udział osób decyzyjnych w kluczowych momentach prac,
 - d) wdrożenie rekomendowanych zmian i opracowanych standardów.
10. Tworzenie i obsługa MSOLE (Mazurski System Obsługi Inwestora i Eksportera), przygotowanie własnych propozycji i rekomendacji, pomoc w rekrutacji interesariuszy do prac nad MSOLiE, udział/kreowanie spotkań konsultacyjnych, zapewnienie przestrzeni biurowej, jej aranżacja i oznakowanie, nawiązywanie kontaktów biznesowych (organizacja spotkań przedstawicieli lokalnego biznesu, potencjalnych inwestorów, dysponentów nieruchomości i innych interesariuszy, których aktywność wpływa na rozwój gospodarcy danego obszaru, udział w tworzeniu wielojęzycznej wizytówki inwestycyjnej, poprzez dostarczanie niezbędnych treści, materiałów, współtworzenie i opiniowanie koncepcji wydawnictwa, aktywny udział w promocji i dystrybucji),
11. Tworzenie i obsługa SIG (Systemu Informacji Gospodarce), udostępnienie informacji z zasobów gminy, w tym udział w rekrutacji interesariuszy, udział/kreowanie spotkań konsultacyjnych, systematyczne tworzenie i publikowanie treści w Systemie, bieżąca obsługa i aktualizacja treści zawartych w Systemie Systemu.
12. Współtworzenie SIW (Systemu Identyfikacji Wizualnej), w tym zgłaszanie propozycji i uwag odnośnie poszczególnych komponentów Systemu, na etapie opracowywania SIW, wdrożenie SIW w Urzędach,
13. Współudział w działaniach promocyjnych (dostarczanie treści, wsparcie procesu rekrutacji, udział w spotkaniach/wyjazdach/targach/misjach/audycjach, promocja itp.): 1. Business in Mazury, 2. Badania trackingowe, 3. Ogólnopolska kampania reklamowa, 4. Działania promocyjne nakierowane na inwestorów i kontrahentów zagranicznych, 5. Działania PR w Polsce i zagranicą, 6. Media społecznościowe, 7. Film i folder promocyjny, 8. Regularna publikacja i dystrybucja wydawnictw promocyjnych.

Wsparcie zewnętrzne realizacji projektu

Eksperti Kadra zewnętrzna

Ekspert Nr 1 ds. promocji gospodarczej:

Analiza rynku wykonawców, przedstawienie rekomendacji potencjalnych wykonawców z uzasadnieniem. Przygotowanie zakresu merytorycznego przetargów oraz propozycji kryteriów oceny. Przygotowanie opisu merytorycznego do projektów umów z wykonawcami, współpraca z ekspertem PZP w zakresie przygotowania przetargów, jeśli zajdzie konieczność, udział w pracach Komisji przetargowej. Przygotowanie szczegółowych harmonogramów realizacji.

Sprecyzowanie zadań i roli partnerów w poszczególnych componentach.

Wsparcie w zakresie kontroli wykonawstwa zleconych usług/dostaw, wsparcie w zakresie monitorowania przebiegu działań projektowych, w tym osiągnięcia oczekiwanych rezultatów (rekomendowanie zmian).

Opiniowanie zgodności z zamówieniem raportów/ protokołów odbioru poszczególnych componentów zadań.

Przekazanie propozycji do MSOIE i SIG, udział w dwóch spotkaniach. Ekspert jest odpowiedzialny za przygotowanie i realizację następujących elementów projektu:

1. System informacji gospodarczej.
2. System identyfikacji wizualnej i ogólnopolska kampania reklamowa.
3. Badania trackingowe.
4. Działania PR w Polsce i za granicą.
5. Film i folder promocyjny.
6. Regularna publikacja i dystrybucja wydawnictwa promocyjnych.
7. Reklama w mediach społecznościowych.
8. Publikacja wielojęzycznej wizytówki inwestycyjnej.

Ekspert Nr 2 ds. ponadregionalnych i ponadnarodowych łańcuchów kooperacyjnych pomiędzy przedsiębiorstwami / Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera:

1. Cykl spotkań i konferencji Biznes Mazury. Działania promocyjne nakierowane na inwestorów i kontrahentów, misje przyjazdowe. Zakres odpowiedzialności: wdrożenie zadania, poprzez:
 - a. Analizę rynku potencjalnych Wykonawców, rekomendacje.
 - b. Przygotowanie szczegółowego opisu zamówienia do SIW, kryteriów oceny, założeń do umowy z Wykonawcą. Współpraca z ekspertem PZP.
 - c. Jeśli zajdzie konieczność, udział w pracach komisji przetargowej (ile spotkań?).
 - d. W porozumieniu z Ekspertami ds. promocji gospodarczej i SIG, przygotowanie propozycji programów wydarzeń.
 - e. Sprecyzowanie zadań i roli partnerów w poszczególnych componentach.

- f. Wsparcie w zakresie monitorowania przebiegu działań projektowych, w tym osiągnięcia oczekiwanych rezultatów (rekomendowanie zmian), oraz kontroli wykonawstwa zleconych usług/dostaw.
 - g. Opiniowanie raportów i protokołów odbioru realizacji poszczególnych etapów zadania.
2. Zakres odpowiedzialności przygotowanie merytoryczne wdrożenia i skutecznej realizacji zadania:
- a. Analiza rynku potencjalnych Wykonawców, rekomendacje.
 - b. Przygotowanie szczegółowego opisu zamówienia do SIW, kryteriów oceny
 - c. Udział w pracach komisji przetargowej (jeśli zajdzie potrzeba)
 - d. Udział w przygotowaniu harmonogramu i programu wdrożenia misji.
 - e. Sprezycyzowanie zadań i roli partnerów w poszczególnych komponentach
 - f. Opiniowanie raportów i protokołów odbioru realizacji poszczególnych etapów zadania.
3. Przekazanie założeń do MSOIE i SIG, udział w dwóch Spotkaniach konsultacyjnych i dwóch testujących.
 4. Ustalenie zakresu i sposobów współpracy MSOIE-COIE
 5. udział w wyłonieniu wykonawców, misje, współpraca z COIE, spotkania, konferencje.

Ekspert Nr 3 ds. Systemu Informacji Gospodarczej;

1. Analiza rynku potencjalnych Wykonawców, rekomendacje,
2. Przygotowanie szczegółowego opisu zamówienia do SIW, dobór kryteriów dostępu wykonawców, kryteriów wyboru ofert, założeń do umowy z Wykonawcą,
3. Udział w pracach komisji przetargowej (jeśli zajdzie potrzeba),
4. Konsultacje techniczne w trakcie budowy strony,
5. Udział w min. dwóch spotkaniach MSOIE i SIG. Przekazanie rekomendacji.

Ekspert Nr 4 ds. projektowania usług w sektorze publicznym

1. Uszczegółowienie działań projektowych
2. Szacowanie kosztów realizacji usług/dostaw,
3. Sporządzenie opisów przedmiotu zamówienia, dobór kryteriów dostępu wykonawców, kryteriów wyboru ofert,
4. Udział w pracach komisji przetargowych w charakterze eksperta/biegłego (jeśli zajdzie potrzeba)
5. Wsparcie w zakresie kontroli wykonawstwa zleconych usług/dostaw,
6. Wsparcie w zakresie monitorowania przebiegu działań projektowych, w tym osiągnięcia oczekiwanych rezultatów (rekomendowanie zmian).

Ekspert Nr 5 ds. pomocy de minimis/ pomocy publicznej;

1. Rekomendacje wyboru zadania w którym należy udzielić pomocy de minimis.

2. Przygotowanie pogłębionej opinii w dotyczącej pomocy de minimis.
3. Przygotowanie regulaminów, wzorów oświadczeń i wniosków o udzielenie pomocy.
4. Kontakty z IZ w zakresie ustalenia wspólnej wykładni dotyczącej wystąpienia pomocy.

Ekspert ds. PZP

Kadra zewnętrzna (1 osoba)

1. Przygotowanie regulaminów udzielenia zamówień publicznych,
2. Przygotowanie i przeprowadzenie procesów udzielania zamówień publicznych w drodze przetargów nieograniczonych, w tym opracowywanie SIWZ, wzorów umów, ogłoszeń o zamówieniach, odpowiedzi na zapytania oferentów, modyfikacji SIWZ,
3. Przygotowywanie projektów odpowiedzi i wyjaśnień w związku z prowadzonymi postępowaniami kontrolnymi w projekcie, w obszarach dotyczących działalności i zakresu kompetencji Eksperta,
4. Udział w pracach komisji przetargowej w charakterze członka,
5. Monitorowanie pracy pracowników Biura w zakresie prawidłowego dokumentowania prowadzonego postępowania, w tym zamieszczania ogłoszeń, modyfikacji i udzielania informacji/wyjaśnień zgodnie z PZP.

Obsługa prawna (również w zakresie PZP) Kadra zewnętrzna

1. Pomoc prawna w zakresie przetargów, zarządzeń, regulaminów, umów, instrukcji itp.,
2. Opiniowanie dokumentacji przetargowej (SIWZ, projekty umów itp.),
3. Przygotowywanie wystąpień i reprezentowania w instancjach odwoławczych, sądach, itp.

Audytorka

Kadra zewnętrzna

1. Audyt projektu.

Realizacja działań projektowych

	Działanie projektowe	Wydatki kwalifikowane / PLN brutto/	Wydatki niekwalifikowane	Okres realizacji	Osoba bezpośrednio nadzorująca proces realizacji działania projektowego
1.	System Informacji Gospodarczej Spotkania konsultacyjne 5x20 os (min. 5 MŚP) Zakup i utrzymanie domeny Opracowanie architektury i struktury strony Zakup baz danych Testowane SIG 1.1x10os. (min 3 MŚP) Tłumaczenie treści	562 500.00		07.2017-12.2019	Kierownik projektu

<p>2. Mazurski System Obsługi Inwestora i Eksportera Badanie oczekiwań inwestorów, Niezależna ekspertyza istniejących rozwiązań Spotkania konsultacyjne(5x20os.)(min. 5 MŚP) Aranżacja przestrzeni Testowanie 11 x10os(min. 3 MŚP) Udział JSTw spotkaniach BimM 30 wyjazdów, po 2 prac.(20 dowodniowych, 10 jednodniowych) Publikacja wizytówki inwestycyjnej</p>	366 000.00	4 400.00	07.2017-12.2019	Kierownik projektu [REDAKTOWANE]
<p>3. Business in Mazury 15 spotkań (20 os./spotkanie) 3 dwudniowe konferencje po 100 os.</p>	840 000.00		10.2017-12.2019	Kierownik projektu/ ekspert ds. tańców kooperacyjnych i MSOLE
<p>4. Działania promocyjne nakierowane na inwestorów i kontrahentów zagranicznych 15 misji po 10 uczestników , w tym: Logistyka, zakwaterowanie, Promocja misji i ich efektów w zagranicznych mediach (prasa, blogi gospodarcze) Spotkania B2B Organizacja wizyt studyjnych w IOB, samorządach, przedsiębiorstwach.</p>	1 710 000.00		08.2017-12.2019	Kierownik projektu/ ekspert ds. tańców kooperacyjnych i MSOLE
<p>5. Badania trackingowe: Opracowanie metodologii badań Realizacja badań , min. Próba 2000 respondentów, 2 krotnie powtórzone.</p>	570 000.00		08.2017-12.2019	Kierownik projektu/ ekspert ds. promocji gospodarczej
<p>6. Działania PR w Polsce i zagranicą Etap I.: KWIJM. Więcej niż turystyka (10.2017 – 12.2017). 200 000,00 PLN. Narzędzia: • Komunikacja w prasie ogólnopolskiej: (Earned media) – pozyskanie publikacji w prasie i internecie dotyczących wydarzeń na podstawie informacji prasowych wartość 30 000,00 PLN. Stała obsługa 3 publikacje</p>	1 851 000.00		10.2017-12.2019	Kierownik projektu/ ekspert ds. promocji gospodarczej

(Paid media)– np. artykuły sponsorowane, cykl wywiadów w najważniejszych, najbardziej zasięgowych dziennikach i tygodnikach w kraju, 2 publikacje wartość 80 000,00 PLN.

Komunikacja w TV ogólnopolskiej (paid media) Wystąpienia przedstawiciela Stowarzyszenia oraz samorządów z terenu KWJM oraz przedsiębiorców działających w branżach należących do regionalnych inteligentnych specjalizacji w kluczowych stacjach informacyjnych w trakcie pasm popołudniowych, 2 programy TV wartość 90 000,00 PLN. **Etap II: KWJM. Idealne miejsce do inwestowania (01.2018 – 12.2018)** Cei: Prezentacja oferty inwestycyjnej KWJM oraz oferty w turystyce biznesowej, promocja 3 RIS jako kluczowych branż gospodarczych KWJM. Wartość ogółem 847 000,00 PLN

Narzędzia:

- Organizacja wizyty studyjnej podczas Business in Mazury 2018 (polska grupa) dla: branżowych dziennikarzy polskich dziennikarzy zajmujących się tematyką ekonomiczną, inwestycjami w pismach o tematyce ogólnej (np. Polityka, Newsweek, Rzeczpospolita), wybranych blogerów zajmujących się tematyką gospodarki i finansów. Razem 15 osób. Wizyta połączona z wycieczką po KWJM i pokazaniem jej zróżnicowanego krajobrazu, zwiedzaniem regionu oraz poznaniem tradycyjnej mazurskiej kuchni. 37 000,00 zł.

- Wysyłka kreatywna - zaproszenie dla dziennikarzy-uczestników wizyty studyjnej. Wartość ogółem 50 000 PLN.

- Earned oraz paid media.

Earned media: pozyskanie publikacji w prasie i internecie dotyczących wydarzeń na podstawie informacji prasowych.

Stała obsługa, 24 publikacje. Wartość ogółem 120 000,00 PLN

Paid media ogólnopolskie i zagraniczne: np. advertoriale (dzienniki, tygodniki), cykl wywiadów z przedstawicielami samorządów w prasie branżowej – dziennik, miesięczniki. W prasie ogólnopolskiej 12 publikacji, w

prasie zagranicznej 2 publikacje. Wartość ogółem prasa krajowa - 280 000,00 PLN; wartość ogółem prasa zagraniczna 160 000,00 PLN

<p>Paid media (TV): Prezentacja w programie telewizyjnym o tematyce biznesowej Mazur jako nowopowstałego obszaru rozwoju biznesu, rozmowy z przedstawicielami samorządów KWJM, w 4 programach. Wartość ogółem 200 000,00 PLN</p> <p>Etap III: Znosimy bariery dla przedsiębiorczości. Na Mazurach, w Polsce i Europie (01.2019 – 12.2019). Wzmocnienie wizerunku inkubatora przedsiębiorczości, który integruje przedsiębiorstwa w Regionie i – dając platformę komunikacji – pozwala na skuteczne lobbowanie i znoszenie barier w przedsiębiorczości na Mazurach, w Polsce i Europie. Wzmocnienie identyfikacji oferty inwestycyjnej KWJM oraz oferty w turystyce biznesowej. Promocja 3 RIS jako kluczowych branż gospodarczych KWJM. Wartość ogółem 804 000,00 PLN</p> <p>Narzędzia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Międzybranżowa konferencja „Barier w krajowej i unijnej gospodarce oraz sposoby przeciwdziałania im” (organizowana w ramach zadania Business in Mazury 2019) Na konferencję zostaną zaproszenie eksperci polityczni i gospodarczy z Polski oraz Europy, przedsiębiorcy z obszaru KWJM, a także potencjalni inwestorzy. • Wizyta studyjna. Organizacja wizyty studyjnej podczas Business in Mazury 2019 (zagraniczna grupa) dla dziennikarzy branżowych zagranicznych, dla dziennikarzy zajmujących się tematyką ekonomiczną, inwestycjami w pismach o tematyce ogólnej, wybranych bloggerów zajmujących się tematyką gospodarki i finansów. Razem 15 osób. Wizyty połączone z wycieczką po KWJM i pokazaniem jej zróżnicowanego krajobrazu, zwiedzeniem regionu oraz poznaniem tradycyjnej mazurskiej kuchni. 74 000,00 PLN • Współpraca z Izbami Handlowymi: Organizacja prezentacji rezultatów podjętych działań w Izbach Handlowych w Polsce. Organizacja prezentacji rezultatów podjętych działań w kluczowych krajach z punktu widzenia ekspansji mazurskich produktów i usług. Udział w zagranicznych konferencjach i targach, celem nawiązania kontaktów biznesowych przez przedstawicieli samorządów oraz Stowarzyszenia WJM 2020 (4 wyjazdy загр. dla 2 osób/wyjazdy) 50 000,00 PLN. 				
--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Earned media (media relations): pozyskanie publikacji w prasie i internecie dotyczących wydarzeń na podstawie informacji prasowych. Stała obsługa, 24 publikacje. • Paid media: publikacja np. insertów advertoriali w najważniejszych tytułach polskich i zagranicznych (np. dzienniki, tygodniki opinii, miesięczniki ogólne i branżowe). W prasie polskiej, 3 publikacje, w prasie zagranicznej, 8 publikacji. <p>Działania media relations 120 000,00 PLN Prasa ogólnopolska 60 000,00 PLN Prasa zagraniczna 500 000,00 PLN</p>				
7.	<p>Film i folder promocyjny</p> <p>Film prezentujący inteligentną specj.:– ekonomia wody: potencjał dla turystyki biznesowej KWJM, doskonałe miejsce spotkań oraz konferencji. Film będzie ukazywać kompaktowy charakter regionu, prezentować w ciekawy, interesujący i unikalny sposób atmosferę oraz możliwości gospodarczego regionu. Film będzie stworzony w dwóch wersjach skróconej (60”) i pełnej (3-5 min.), w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Wartość :250 000,00 PLN</p> <p>Folder promocyjny zawierający ofertę turystyki biznesowej na Mazurach Wartość:50 000,00 PLN</p>	300 000.00		II kw.2018	
8.	<p>Media społecznościowe</p> <p>Działania reklamowe na kanałach Twitter, LinkedIn, Facebook.</p> <p>Etap 1 – pozyskanie „rozproszonych” fanów. Reklama typu „PageLike” skierowana do osób zainteresowanych tematyką, ale nie powinny to być osoby, których znajomi polubili fanpage.</p> <p>Etap 2 – szerzenie treści merytorycznych. Po pozyskaniu odpowiedniej grupy fanów, promowanie treści, które będą miały za zadanie budowanie wizerunku KWJM.</p> <p>Przejdzie przez cykl rozrastania społeczności, a następnie docierania z płatną promocją wpisów, będzie realizowane trzykrotnie, by zsynchronizować kampanie w mediach społecznościowych z pozostałymi działaniami</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook (zasieg: 2 500 000, nowych fanów: 12 500), • Twitter(nowi obserwujący: 8 750), 	146 000.00		08.2017-09.2019	

<p>• LinkedIn (nowi obserwujący: 5 833). Wartość pozycji 146 000,00 PLN</p>				
<p>9. Ogólnopolska kampania reklamowa zaplanowanie kampanii, przygotowanie kreacji, zakup mediów oraz realizacji kampanii w trzech odsłonach kampanii promocyjnej (2018, 2019) I etap – kampania ogólnopolska – wizerunkowa (04-05.2018); promocja KWJM jako atrakcyjnego regionu pod względem możliwości rozwoju biznesu, przedstawiającym przewagi konkurencyjne z uwzględnieniem kluczowych dla regionu 3 RIS KWJM. Więcej niż turystyka. Wartość: 1 930 000,00 PLN W tym: Prasa : 160 000,00 PLN Internet : 350 000,00 PLN Spot reklamowy : 220 000,00 PLN TV : 1 200 000,00 PLN II etap – Idealne miejsce do inwestowania kampania ogólnopolska funkcjonalno-produktowa(09-11.2018); utrwalenie pozytywnego komunikatu na temat wyjątkowych właściwości Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Pokazanie przewag konkurencyjnych w zakresie gospodarki i zachęcenie do inwestowania na terenie WJM. Zaintrygowanie odbiorcy KWJM – inspiracja do zapoznania się z ofertą SIŁG, w tym przede wszystkim ofertą inwestycyjną, a także ofertą turystyki biznesowej. Wartość: 1 400 000,00 Prasa 270 000,00 PLN Radio 400 000,00 PLN TV 250 000,00 PLN Internet 280 000,00 PLN Product placement 200 000,00 PLN III etap – Znosimy Bariery... kampania ogólnopolska funkcjonalno-produktowa(02-05.2019) Utrwalenie pozytywnego komunikatu na temat wyjątkowych właściwości Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Pokazanie przewag konkurencyjnych w zakresie gospodarki i zachęcenie do inwestowania na terenie WJM. Zaintrygowanie odbiorcy KWJM</p>	<p>4 740 000,00</p>		<p>09.2017-12.2019</p>	<p>Kierownik projektu/ Ekspert ds. promocji gospodarce</p>

	<p>inspiracja do zapoznania się z ofertą SIG, w tym przede wszystkim ofertą inwestycyjną, ofertą turystyki biznesowej. Wartość: 1 410 000,00</p> <p>Prasa 260 000,00 PLN Radio 400 000,00 PLN TV 250 000,00 PLN Internet 300 000,00 PLN Product placement 200 000,00 PLN</p> <p>Zastosowane zostaną następujące narzędzia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prasa, w tym np. dzienniki ogólnopolskie, tygodniki opinii, magazyny lifestylowe, prasa branżowa - Internet – np. formy displayowe na portalach biznesowych, finansowych, informacyjnych, content marketing – publikacja artykułów na portalach biznesowych - Product placement – niestandardowa forma komunikacji; - Radio - Spot 30 sekund, stacje informacyjno-biznesowe np. PR Trójka (6 tygodni), TOK FM (6 tygodni) – - TV, 60 sek. biznes folder, np. w TVN 24 i BiŚ 			
10.	<p>Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej (SIW)</p> <p>Cel: dysponowanie spójnym system prezentacji komunikatu. tak aby np. forma spotu tv była spójna z projektem wysyłanych zaproszeń na konferencje czy spotkania B2B, wizytówkami, stroną www, oprawą mediów społecznościowych</p> <p>Poprzez konsekwentne stosowanie zintegrowanych projektów wzorniczych we wszystkich kanałach komunikacji marki zostanie ona utrwalona w środowisku lokalnego biznesu, a przedsiębiorcy będą się z nią identyfikować. Docelowo zakłada się, aby logotypem marki lokalne przedsiębiorstwa sygnowały swoje produkty lub przestrzenie świadczenia usług, co wpłynie na promocję obszaru KWJM na rynku krajowym i zagranicznym.</p>	150 000.00	09.2017-12.2017	Kierownik projektu/ ekspert ds. promocji gospodarczej
11.	<p>Regularna publikacja i dystrybucja wydawnictw promocyjnych</p> <p>Publikacja w układzie i na papierze gazetowym ,wydawnictwo niskobudżetowe vs. Wysokie nakłady, dla max. szerokiej dystrybucji.</p>	180 000.00	07.2017-12.2019	

<p>Matryca publikacji (główne sekcje / zakres informacji) powtarzalna w rocznym cyklu wydawniczym. Planuje się 3 edycje publikacji. Nakład 100 000 szt. w każdym roku, czyli 300 000 szt. dla całego okresu realizacji projektu.</p>				
<p>12. Wzmocnienie kompetencji osób zaangażowanych we wdrożenie Projektu 8 szkoleń dwudniowych w następujących obszarach tematycznych: 24 pracowników gmin i Stowarzyszenia łącznie w ramach projektu planowana jest realizacja 128 godzin szkoleniowych (śr. 8 godzin/dzień szkoleniowy) 1. Wdrożenie Systemu Informacji Gospodarczej – obsługa systemu informatycznego oraz planowanych narzędzi w Systemie. 2. Wdrożenie Mazurskiego Systemu Obsługi Inwestora i Eksportera – szkolenia w formie warsztatowej z zasad i standardów obsługi inwestora i eksportera. 3. Tworzenie informacji przestrzennych i tworzenie baz ofert inwestycyjnych, w tym, w kontekście MSOIE – szkolenia z zasad gromadzenia, przetwarzania i generowania informacji przestrzennych, właściwego korzystania i zarządzania nimi, jako istotnego elementu tworzenia oferty inwestycyjnej i pozyskiwania inwestorów 4. Skuteczne pozyskiwanie inwestorów, w kontekście MSOIE – określenie sposobu pozyskiwania inwestorów, z rozróżnieniem na inwestorów polskich i zagranicznych, specyfiki poszczególnych rynków zagranicznych, różnic międzykulturowych oraz branż gospodarczych. 5. Zarządzanie projektami inwestycyjnymi, w ramach MSOIE – celem tego obszaru jest m.in. pozyskanie umiejętności w zakresie zarządzania projektami inwestycyjnymi, właściwe wyznaczanie celów, umiejętność właściwego określenia Kluczowych Czynników Sukcesu (KCS), zastosowanie właściwych narzędzi i technik w zarządzaniu projektami inwestycyjnymi, 6. Umiejętności interpersonalne – obszar ten powinien pozwolić pozyskać kompetencje m.in.: w zakresie skutecznej obsługi</p>	96 000,00		12.2017-09.2018	Kierownik projektu

	<p>klientów, komunikacji, w tym komunikacji międzykulturowej oraz negocjacji.</p> <p>7. Efektywna współpraca B2A oraz wspieranie rozwoju współpracy B2B – obszar ten powinien dać pracownikom obsługującym przedsiębiorców, umiejętności w zakresie skutecznej i efektywnej współpracy pomiędzy biznesem a administracją oraz pomiędzy przedsiębiorcami, mając na względzie rolę tych pracowników jako koordynatorów oraz integratorów współpracy.</p> <p>8. Narzędzia skutecznej promocji gospodarczej, w tym rola nowych mediów w promocji – blok ten powinien dotyczyć pozyskania kompetencji i umiejętności korzystania z nich w obszarze marketingu terytorialnego oraz sprzedazy w oparciu o skuteczne narzędzia marketingowe w promocji gospodarczej.</p>				
--	--	--	--	--	--

Zamówienia w projekcie [w PLN brutto]:

Przedmiot postępowania	Działania w Polsce i zagranicą	Film i folder promocyjny	System Identyfikacji Wizualnej i ogólnopolska kampania reklamowa	Regularna publikacja dystrybucja wydawnictw promocyjnych	Badania trackigowe	Działania promocyjne nakierowane na inwestorów kontrahentów zagranicznych (miejsc gospodarzów przyjazdowej)	Opracowanie architektury, struktury, publikacja online systemu informacji gospodarczej	Zakup publikacji w systemie baz danych	Reklama w mediach społecznych ościowych	Publikacja wielojęzycznej wizytówki inwestycyjnej mikroregionu	Ekspertyza w zakresie systemów inwestora, działań na rzecz wsparcia eksportu, współpracy B2A, A2A oraz badanie oczekiwań inwestorów przedsiębiorców
Tryb postępowania	PN	PN	PN	PN	PN	PN	PN	Zapytanie	Zapytanie	inne	Zapytanie
Szacowana wartość zamówienia netto	1 504 878,05	243 902,44	3 975 609,76	146 341,46	463 414,63	1 390 243,90	243 902,44	97 560,98	118 699,19	48 780,49	113 821,14
Planowana data zawarcia umowy	2017-10-01	2018-04-01	2017-09-01	2017-07-03	2017-08-01	2017-08-01	2017-10-01	2017-08-01	2017-08-01	2017-10-01	2017-07-03

Przedmiot postępowania	Zakup domeny, utrzymanie serwera w okresie trwania projektu	Zakup usług tłumaczenia treści zawartych w systemie	Szkolenia osób zaangażowanych we wdrażanie Projektu	Elementy aranżacji przestrzeni (m.in. rollup, tabliczki informacyjne, wydruk wizytówek)	Spotkania konsultacyjne oraz testujące SIG i MSOiiE	Business in Mazury - organizacja cyklu spotkań i konferencji
Tryb postępowania	Inne	Inne	Zapytanie	Inne	PN	PN
Szacowana wartość zamówienia netto	25 609,76	18 699,19	78 048,78	42 601,63	143 089,43	682 926,83
Planowana data zawarcia umowy	2017-10-01	2017-12-01	2017-12-01	2018-02-01	2017-07-03	2017-10-02

Załącznik Nr 2 do Stanowiska Walnego Zebrania Członków Stowarzyszenia z dn. 27.06.2017
Wydatki związane z obsługą projektu 7 Cudów Mazur-promocja gospodarstwa obszaru Wielkich Jezior Mazurskich w podziale na lata 2017-2019 i partnerów projektu

Dodatkowa składka

Lp.	Nazwa samorządu	Procentowy udział partnera w wydatkach	Łącznie	2017	2018	2019
1.	Gm. Giżycko	7,38	55 829,70	15 180,66	20 619,72	20 029,32
2.	M. Giżycko	17,04	128 907,60	35 051,28	47 609,76	46 246,56
3.	MiKI	4,78	36 160,70	9 832,46	13 355,32	12 972,92
4.	Mikolajki	6,63	50 155,95	13 637,91	18 524,22	17 993,82
5.	M. Mragowo	13,96	105 607,40	28 715,72	39 004,24	37 887,44
6.	Gm. Mragowo	6,11	46 222,15	12 568,27	17 071,34	16 582,54
7.	Ruciane-Nida	6,25	47 356,90	12 876,82	17 490,44	16 989,64
8.	Orzysz	6,8	51 442,00	13 987,60	18 999,20	18 455,20
9.	Pisz	14,97	113 248,05	30 793,29	41 826,18	40 628,58
10.	Ryn	5,45	41 229,25	11 210,65	15 227,30	14 791,30
11.	Węgorzewo	10,62	80 340,30	21 845,34	29 672,28	28 822,68
	RAZEM:	100,00	756 500,00	205 700,00	279 400,00	271 400,00

Lp.	Kategoria kosztu	Forma zatrudnienia	Jednostka miar	Koszt za jedn.	2017		2018		2019		2017-2018	
					Liczba jedn.	Razem	Liczba jedn.	Razem	Liczba jedn.	Razem	Liczba jedn.	Razem
1.	koordynacja, realizacja projektu/3 osoby	Umowa zlecenie/umowa o pracę	m-c	17 000,00	6	102 000,00	12	204 000,00	12	204 000,00	30	510 000,00
3.	Specjalista ds. rozliczenia finansowego projektu	Umowa zlecenie	m-c	1 700,00	6	10 200,00	12	20 400,00	12	20 400,00	30	51 000,00
4.	Ekspert ds. PZP	Umowa zlecenie	usługa	3 000,00	8	24 000,00		0,00		0,00	8	24 000,00
5.	Obsługa prawna / doradca (opinie prawne, opinie z zakresu pomocy publicznej, audyt projektu itp.)	Umowa zlecenie	usługa	2 250,00	6	13 500,00	12	27 000,00	12	27 000,00	30	67 500,00
6.	Ekspert ds. promocji gospodarstwieł, hańcuchów kooperacyjnych i MSCIE, SIG, projektowania usług.	Umowa zlecenie	usługa	4 000,00	14	56 000,00	7	28 000,00	5	20 000,00	26	104 000,00
	Razem					205 700,00		279 400,00		271 400,00		756 500,00

Ekspert* - kalkulację przygotowano w oparciu o wstępne rozszacowanie wśród ekspertów i własne wyliczenia. Po zakończeniu negocjacji z potencjalnymi ekspertami wartości mogą ulec zmianie. Możliwe przesunięcia między wydatkami, zwłaszcza w latach 2018-2019, oraz między kategoriami ekspertów merytorycznych, PZP i obsługi prawnej.

STOWARZYSZENIE
Wielkie Jeziora Mazurskie 2020
11-730 Mikolajki, ul. Kolejowa 6
NIP 845-198-57-00 REGON 361222985

Handwritten notes or a signature, possibly including the name "M. J. ...".