

Opis przedmiotu zamówienia pod tytułem:

Organizacja cyklu konferencji i warsztatów z udziałem światowej klasy mentorów z branży usług przyszłości

79950000-8

80590000-6

55270000-3

Zamawiający: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
Gabinet Marszałka, Biuro Projektów Promocyjno-Informacyjnych
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 285
projekty@wzp.pl, www.wzp.pl

Spis treści

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA.....	3
II. OKRES REALIZACJI ZAMÓWIENIA	3
III. BRIEF.....	3
IV. CEL ZAMÓWIENIA	4
V. GRUPA DOCELOWA.....	4
VI. ELEMENTY ZAMÓWIENIA.....	5
A. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie sesji mentorskich z udziałem światowej klasy specjalistów	5
B. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie warsztatów poprzedzających konferencje	6
C. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie czterech konferencji z udziałem światowej klasy mentorów z branży usług przyszłości	11
VII. ROZWIĄZANIA PROEKOLOGICZNE	15
VIII. PROMOCJA WYDARZEŃ.....	16
Promocja sesji mentorskich	17
Promocja dwudniowego wydarzenia - konferencji wraz z warsztatami	19
IX. POZOSTAŁE WYMAGANIA WZGLĘDEM PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA	22
Załącznik nr 1: Przykłady aranżacji wydarzenia	23
Załącznik nr 2: Przykładowy harmonogram zaangażowania mentorów, prelegentów oraz gości specjalnych.....	25

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie cyklu czterech konferencji i warsztatów z udziałem światowej klasy mentorów z branży usług przyszłości (z obszarów: np.: marketing, innowacje, zarządzanie).

Na przedmiot zamówienia składają się:

CZĘŚĆ 1:

1. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie sesji mentorskich z udziałem przedsiębiorców;
2. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie warsztatów poprzedzających konferencje;
3. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie czterech konferencji z udziałem światowej klasy mentorów z branży usług przyszłości.

CZĘŚĆ 2:

4. Promocja sesji mentorskich, warsztatów oraz konferencji w mediach tradycyjnych i digitalowych.

II. OKRES REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie: od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą do dnia 30 listopada 2023 r., według opracowanego we współpracy z Zamawiającemu harmonogramu
2. Zamawiający przewiduje następujące etapy realizacji zamówienia:
 - I. Luty – maj 2022r.: sesje mentorów w siedzibach przedsiębiorców,
 - II. Maj 2022r.: pierwsza konferencja połączona z warsztatami,
 - III. Lipiec – październik 2022 r.: sesje mentorów w siedzibach przedsiębiorców,
 - IV. Październik 2022 r.: druga konferencja połączona z warsztatami,
 - V. Luty – maj 2023r.: sesje mentorów w siedzibach przedsiębiorców,
 - VI. Maj 2023r.: trzecia konferencja połączona z warsztatami,
 - VII. Lipiec – październik 2023 r.: sesje mentorów w siedzibach przedsiębiorców,
 - VIII. Październik 2023 r.: czwarta konferencja połączona z warsztatami
3. Zakończenie prac nad niniejszym zamówieniem wiąże się z podpisaniem przez strony protokołu zdawczo-odbiorczego.

III. BRIEF

1. Charakterystyka projektu 1.14 pn. *Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje – etap II.*

Zamówienie zostanie zrealizowane w ramach projektu pn. „Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki, Pomorze Zachodnie – Ster na innowacje - etap II” finansowanego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020, Działanie 1.14 "Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym".

Wszystkie działania projektowe realizowane są w latach 2021-2023.

Cel ww. projektu: wsparcie aktywności generujących wzrost pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym, podkreślenie wizerunku regionu jako przyjaznego innowacjom i działaniom kreatywnym oraz promocja nowoczesności działań regionalnych MŚP. Główne zadania projektu to:

ZADANIE 1: Wsparcie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w wymiarze regionalnym, cel: m.in. diagnoza stanu potrzeb i problemów MŚP oraz realizacja działań stanowiących odpowiedź na te potrzeby;

ZADANIE 2: Stworzenie warunków do współpracy i wymiany know-how w wymiarze regionalnym i krajowym, cel: m.in. poprawa konkurencyjności gospodarki regionu;

ZADANIE 3: Prezentacja potencjału gospodarczego Pomorza Zachodniego na arenie międzynarodowej, cel: m.in. zwiększenie rozpoznawalności marki Pomorza Zachodniego w kraju i zagranicą;

ZADANIE 4: Organizacja cennych inicjatyw gospodarczych o charakterze międzynarodowym, cel: ukazanie regionu jako innowacyjnego i otwartego na współpracę.

W każdym etapie będzie odpowiednio dobierany zasięg działań promocyjnych związanych z realizowanymi zadaniami. Założeniem działań jest rozwinięcie kompetencji kierunkowych regionalnych przedsiębiorców, umożliwiając im spotkania i korzystanie z doświadczeń profesjonalistów.

IV. CEL ZAMÓWIENIA

1. Wzmocnienie pozycji regionalnej gospodarki w wymiarze krajowym i międzynarodowym poprzez podniesienie poziomu konkurencyjności i innowacyjności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem podmiotów świadczących usługi przyszłości i wspierające zrównoważony rozwój.
2. Wspieranie rozwoju gospodarczego regionu poprzez przeprowadzenie cyklu warsztatów połączonych z konferencjami. Zapewnienie przestrzeni do wymiany doświadczeń oraz rozwijania kompetencji uczestników, do których skierowane jest działanie. Zachęcenie odbiorców do wprowadzania w swoich przedsiębiorstwach rozwiązań proekologicznych, innowacyjnych oraz inspirujących do działania.
3. Ukierunkowanie przedsiębiorstw na zwiększenie stopnia kooperacji z partnerami regionalnymi, krajowymi i zagranicznymi. Umożliwienie – w atrakcyjnej formie – obcowania przedsiębiorców ze specjalistami najwyższej klasy.
4. Budowa i wzmocnianie wizerunku nowoczesnego regionu - otwartego na innowacje oraz kreatywne rozwiązania, ekologicznego.
5. Stworzenie mostu między światem nauki i technologii a światem kultury i sztuki co pozwoli efektywnie rozwijać region.
6. Tworzenie przedsięwzięć na rzecz konsolidacji środowiska mikro, małych i średnich przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem usług przyszłości.
7. Wspieranie w rozwoju oraz zatrzymanie specjalistów segmentu usług przyszłości w regionie.
8. Poprawa konkurencyjności zachodniopomorskich przedsiębiorców świadczących usługi przyszłości poprzez poprawę warunków związanych z umiędzynarodowieniem działań mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

V. GRUPA DOCELOWA

1. Głównymi odbiorcami wszystkich działań objętych zamówieniem są **mikro, mali i średni przedsiębiorcy z Pomorza Zachodniego**
2. Grupa odbiorców wszystkich elementów zamówienia powinna być adekwatna do zakładanych celów i planowanych rezultatów. Wśród odbiorców działań powinni znaleźć się m.in.:
 - przedstawiciele organizacji i przedsiębiorstw działających w przestrzeni gospodarczej województwa zachodniopomorskiego,
 - potencjalni inwestorzy szukający informacji gospodarczych o Pomorzu Zachodnim,
 - instytucje i środowisko otoczenia biznesu,
 - sektor innowacji w regionie,

- właściciele, operatorzy i zarządcy produktów gospodarczych,
- sektor B+R+I w regionie,
- ngo – organizacje pozarządowe,
- jednostki samorządu terytorialnego województwa zachodniopomorskiego,
- mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego.

CZĘŚĆ 1

VI. ELEMENTY ZAMÓWIENIA

A. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie sesji mentorskich z udziałem światowej klasy specjalistów

Usługa ma charakter bezpośrednich spotkań i kontaktów mentorów z uczestnikami wraz z opiniowaniem funkcjonowania w przedsiębiorstwach stosowanych kierunków biznesowych, wskazywanie potencjalnych rozwiązań problemów wykraczających poza obecne kompetencje uczestników sesji. Sesje mentorskie mentora w siedzibie przedsiębiorców mają pokazać uczestniczącym w projekcie (za pomocą studium przypadku ich przedsiębiorstwa) pomysły dające narzędzia do wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań w zainteresowanych zmianą podmiotach. Istotne w tym sposobie nauki wyciągania konstruktywnych wniosków jest to, by uczestniczący przedsiębiorcy mogli prześledzić z mentorem konkretne procesy zarządzania, organizacji pracy itp. Finalnie, podczas konferencji zamykającej ten cykl współpracy pokazany zostanie efekt pracy oraz płynące z niego zmierzone korzyści.

Celem mentoringu będzie przyspieszenie tempa rozwoju, polepszenie efektów działania podniesienie jakości funkcjonowania firmy uczestnika. Mentor będzie partnerem dla uczestników, z którym wspólnie tworzone będą pomysły, planowane działania i oceniana skuteczność.

1. Wybór uczestników sesji mentorskich:

- Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia rekrutacji uczestników chętnych do wzięcia udziału w sesjach w drodze konkursu. Rekrutacja uczestników spośród przedstawicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw województwa zachodniopomorskiego, powinna odbywać się w sposób otwarty, umożliwiający wszystkim chętnym udział w nich, z uwzględnieniem zasad równego dostępu, równych szans i równości płci. W tym celu Wykonawca uzyska zgodę uczestników na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby realizacji sesji. Sposób ich wyłonienia ustali Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym;
- Wykonawca zobowiązany jest do ochrony danych osobowych uczestników. Zamawiający upoważni maksymalnie dwie osoby ze strony Wykonawcy do przetwarzania danych osobowych na potrzeby związane z rekrutacją na warsztaty (mogą to być te same osoby, które zostaną wyznaczone do obsługi konferencji oraz warsztatów).

2. Udział mentorów w sesjach:

- Po stronie Wykonawcy leży zaaranżowanie oraz przeprowadzenie wizyt studyjnych realizowanych osobiście przez mentora w miejscach uzgodnionych z uczestnikami (w siedzibach przedsiębiorców, w miejscu wykonywania przez nich pracy lub w innym uzgodnionym miejscu) a także konsultacji online dla grupy **mikro, małych i średnich przedsiębiorców** z Pomorza Zachodniego. Terminy wizyt studyjnych oraz konsultacji online zostaną ustalone między stronami (uczestnikami, mentorem, Wykonawcą, Zamawiającym) po zawarciu umowy, w ramach przyjętego harmonogramu;

- Zakres wizyt studyjnych oraz konsultacji online (w tym zakres działalności mentora) ma być dostosowany do potrzeb oraz charakteru prowadzonej działalności przedsiębiorców biorących w nich udział oraz powinien być uzgodniony z Zamawiającym;
- Wykonawca zobowiązany jest do opracowania programu spotkań oraz planowanych efektów, które osiągną uczestnicy w wyniku przeprowadzonych działań;
- Wykonawca zobowiązany jest do zaangażowania 4 mentorów do wykonania usług mentorskich;
- Mentor to osoba posiadająca większość z następujących cech: renomowany, charyzmatyczny i wybitny specjalista - lider w swojej dziedzinie (w Polsce jak i zagranicą); kreatywny strateg, którego celem jest wprowadzanie innowacji, jak i kompleksowej komunikacji; absolwent renomowanych uczelni; obejmujący odpowiedzialność za zarządzanie firmą krajową lub o zasięgu międzynarodowym; podejmujący się kierowania strategicznymi projektami na światowym poziomie; inicjator i wdrożeniowiec programów służących rozwojowi gospodarczemu i polepszaniu jakości życia; autor publikacji; entuzjasta rozwiązań proekologicznych;
- Mentorem powinna być osoba z wieloletnim doświadczeniem w zakresie marketingu, zarządzania, wdrażania innowacji, rozwoju start-upów. Mentor to osoba, która występowała przed widownią liczącą minimum 2 tysiące osób lub która brała udział w renomowanych wydarzeniach jak np. Światowe Forum Ekonomiczne w Davos, konferencje TED, zagraniczne edycje konferencji TEDx lub w innych, równoważnych wydarzeniach;
- Wskazane także, aby mentor był aktywny w mediach społecznościowych. Jednym z wymagań w zakresie promocji wydarzenia jest publikowanie informacji o konferencji na portalach społecznościowych, na kanałach należących do mentorów;
- Do przykładowego katalogu takich osób należą m.in.: Martin Lindstrom, Jacek Utko, Matias Wikström, Andrew Davis, Katarzyna Kieli, Jenni Romaniuk, Karen Nelson-Field, Piotr Jucha, Neri Oxman, Olafur Eliasson, Ruth E. Carter, Cas Holman, Ian Spalter, Bjarke Ingels, Es Devlin, Marta Rudzka, Alexi Lubomirski;
- Wykonawca, w terminie 21 dni kalendarzowych od podpisania umowy, przedstawi Zamawiającemu listę 15 potencjalnych mentorów, którzy mogą wziąć udział w wizytach studyjnych;
- Wykonawca zapewni udział w sesjach mentorskich mentorów wybranych z listy zaproponowanej Zamawiającemu lub innych równoważnych zaakceptowanych przez Zamawiającego;
- Wykonawca ma obowiązek zapewnienia podczas sesji mentorskich tłumacza posługującego się językiem mentora oraz językiem polskim;
- Wykonawca zagwarantuje uczestnictwo w każdej konferencji (w roli prelegentów) wybranych do udziału w wizytach studyjnych mentorów.

B. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie warsztatów poprzedzających konferencje

Warsztaty mają pokazać uczestnikom pomysły dające багаż innowacyjnych rozwiązań w zainteresowanych zmianą podmiotach. Istotne w tym sposobie nauki wyciągania konstruktywnych wniosków jest to, by uczestnicy mogli prześledzić konkretne, zakończone sukcesem projekty oraz sposób w jaki zostały one zrealizowane. Finalnie pokazany zostanie efekt pracy oraz płynące z niego zmierzone korzyści.

1. Organizacja miejsca, w którym przeprowadzone będą warsztaty:

- Wszystkie warsztaty muszą odbyć się w Szczecinie – w miejscach umożliwiających przeprowadzenie trzech bloków zajęć po ok. 1,5 godziny każdy, naprzemiennie i równoległe dla trzech grup po 15 osób (łącznie 45 osób) - w miejscu wskazanym przez Zamawiającego z listy propozycji miejsc przygotowanych przez Wykonawcę;
- Wykonawca w ramach zamówienia zobowiązany jest zapewnić trzy sale warsztatowe dla 15 osób każda, w ustawieniu warsztatowym (ale też z możliwością ustawienia samych krzeseł „w podkowę”), z następującym wyposażeniem w każdej z sal: Krzesła i stoły/ławki dla uczestników, stolik i krzesło dla każdego prowadzącego oraz szklane butelki z wodą gazowaną i niegazowaną, oświetlenie i nagłośnienie, jeden rzutnik multimedialny (obraz z rzutnika musi być widoczny dla wszystkich uczestników), jeden ekran, jeden laptop (z zainstalowanym oprogramowaniem Windows 10 oraz oprogramowaniem obsługującym MS Office 2007 (lub nowsze) i Adobe Reader), jeden flipchart wraz z papierem oraz piszącymi markerami co najmniej w czterech kolorach (podstawowe to czerwony, zielony, niebieski, czarny). Każda z sal musi mieć możliwość zaciemnienia. Każda z sal musi mieć dostęp do sieci WiFi w trakcie trwania zajęć;
- Zamawiający wymaga od Wykonawcy przygotowania i przedstawienia do akceptacji Zamawiającemu listy propozycji miejsc, w których mogą się odbyć warsztaty w terminie do 21 dni od podpisania umowy. Zamawiający w uzasadnionych przypadkach dopuszcza zmianę miejsca odbywania się warsztatów (w porozumieniu z Zamawiającym) jednak nie później niż do dnia przekazania oraz realizacji akcji promocyjnej lub zlecenia druku zaproszeń na wydarzenie;
- Po stronie Wykonawcy leży uzyskanie stosownych zgód i zezwoleń od zarządców terenów, na których będą organizowane warsztaty. Miejsca muszą posiadać odpowiedni stan techniczny tak, by nie stanowiły zagrożenia dla jego uczestników oraz być odpowiednio przygotowane pod względem panujących obostrzeń epidemicznych. Obiekty muszą być właściwie klimatyzowane. W razie konieczności Wykonawca zapewni ogrzewanie pomieszczeń, w których odbywać się będą warsztaty;
- Do Wykonawcy należy terminowe uzyskanie wszystkich pozwoleń, zgód, zaświadczeń, instrukcji, regulaminów, opinii, planów obiektów, ubezpieczeń wymaganych prawem. Potwierdzenie uzyskanie pozwolenia należy dostarczyć Zamawiającemu **nie później niż 30 dni kalendarzowych przed organizacją każdego warsztatu**. Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie właściwych warunków (w szczególności przeciwpożarowych i sanitarnych);
- Do Wykonawcy należy opracowanie po uzgodnieniu z Zamawiającym **programu warsztatów** treści merytorycznych, które mają być poruszane podczas warsztatów. W programie przedstawionym Zamawiającemu powinny znaleźć się takie elementy jak: wskazanie prelegentów wraz z ich charakterystyką posiadanego przez nich doświadczenia, ogólna tematyka poszczególnych bloków warsztatowych wraz z opisem poruszanych treści, wskazanie ewentualnych partnerów i zasad współpracy z nimi, wyszczególnienie osób zaangażowanych w obsługę administracyjno-techniczną warsztatów wraz z ich numerem kontaktowym. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia Zamawiającemu programu warsztatów najpóźniej na 30 dni kalendarzowych przed rekrutacją na każde warsztaty. Zamawiający ma prawo do wniesienia uwag do programu, które Wykonawca ma obowiązek uwzględnić;
- Wykonawca zapewni **serwis sprzątający** po każdym wydarzeniu, zgodnie z wymaganiami wynajętego obiektu;
- Zamawiający wyklucza organizację warsztatów w weekendy oraz dni ustawowo wolne od pracy (w dniu powszednim, poprzedzającym konferencję).

- W celu zwiększenia dostępności do udziału w warsztatach sale muszą być dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych;
- Wykonawca zapewni wszystkim uczestnikom warsztatów możliwość skorzystania z nieodpłatnej szatni z jej obsługą lub innego miejsca, w którym uczestnicy warsztatów będą mogli pozostawić swoje rzeczy;
- Wykonawca zapewni przestrzeń i zorganizuje catering (zimne przekąski oraz zimne i ciepłe napoje) dla uczestników warsztatów (wraz z obsługą);
- Obiekty, w których przeprowadzane będą warsztaty powinny być przygotowane nie później niż 3 godziny przed rozpoczęciem warsztatów.

2. Rekrutacja uczestników:

Uczestnikami warsztatów mają być przedstawiciele zachodniopomorskich firm z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Warsztaty będą miały charakter bezpłatny, lecz wstęp na nie będzie możliwy na podstawie imiennych wejściówek/zaproszeń i po zarejestrowaniu się uczestników w systemie rekrutacyjnym;

- Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia rekrutacji uczestników na warsztaty. Rekrutacja uczestników powinna odbywać się w sposób otwarty, umożliwiający udział wszystkim chętnym, z uwzględnieniem zasad równego dostępu, równych szans i równości płci. W tym celu Wykonawca uzyska zgodę uczestników na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby realizacji warsztatów;
- Rekrutacja powinna odbywać się za pomocą elektronicznego systemu rekrutacji uczestników. Wykonawca udostępni Zamawiającemu podgląd (od strony administratora) do panelu rekrutacyjnego. Zamawiający upoważni maksymalnie dwie osoby ze strony Wykonawcy do przetwarzania danych osobowych na potrzeby związane z rekrutacją (mogą to być te same osoby, które zostaną wyznaczone do obsługi konferencji);
- Po stronie Wykonawcy należy przeprowadzenie naboru na poszczególne cztery sesje warsztatowe oraz prowadzenie i obsługa elektronicznej bazy danych uczestników. O uczestnictwie w warsztatach decydować będzie ocena formalna aplikacji, która zostanie dokonana przy współpracy z Zamawiającym. Zamawiający zastrzega sobie prawo do podejmowania decyzji o ostatecznej liście osób zakwalifikowanych na każde warsztaty;
- Po stronie Wykonawcy leży bieżące monitorowanie zgłoszeń oraz w razie potrzeby dokonywanie właściwych aktualizacji;
- W sytuacji, kiedy Wykonawca przewiduje ryzyko mniejszej niż zakładana frekwencji na warsztatach, zobowiązany jest w terminie do 14 dni kalendarzowych przed planowanymi warsztatami poinformować Zamawiającego, który podejmie działania wspierające Wykonawcę w naborze uczestników na dane wydarzenie uruchamiając dostępne mu środki informowania i promocji. Wykonawca zobowiązany jest wtedy do przeprowadzenia dodatkowej rekrutacji na warsztaty uczestników spośród zbioru osób określonych w rozdziale V Opisu Przedmiotu Zamówienia;
- Po stronie Wykonawcy leży informowanie mailowo – lub jeśli w formularzu rejestracyjnym będzie zastrzeżona inna forma kontaktu, to w tej formie – o zakwalifikowaniu na wydarzenie i sposobie odbioru przez uczestników wejściówek/zaproszeń, z uwzględnieniem potwierdzenia przez uczestników obecności na

warsztatach oraz późniejszej uroczystej kolacji, miejscu, terminie wydarzenia na minimum 21 dni kalendarzowych przed warsztatami;

- Wykonawca będzie odpowiedzialny za zaprojektowanie zaproszeń na warsztaty, ich produkcję oraz wysyłkę (po zatwierdzeniu projektu przez Zamawiającego);
- Wykonawca, podczas całego procesu rekrutacji, zapewni osobę do kontaktów z Zamawiającym, która na bieżąco będzie udzielała informacji związanych z naborem/rekrutacją potencjalnym zainteresowanym.

3. Zapewnienie prelegentów prowadzących warsztaty:

Każdy z trzech bloków warsztatowych zostanie poprowadzony przez jednego prelegenta, będącego przedstawicielem jednej z branż np. marketing, innowacje, zarządzanie, a jego doświadczenie zawodowe w tym zakresie cieszy się uznaniem. Do katalogu takich osób należą m.in.: Zuzanna Skalska, Joanna Jurga, Aleksandra Kozawska, Leszek Orzechowski, Aurelia Mandziuk-Zajączkowska, Agnieszka Polkowska, Jakub Biel, Agata Kiedrowicz, Karolina Sulej, Natalia Hatałska, Hanna Ferenc-Hilsden, Agata Matlak-Lutyk, Piotr Konieczny, Piotr Bucki, Stefan Batory, Ewa Drozd, Krzysztof Sobala, Jagoda Zakrzewska, Monika Zielińska, Wojciech Ławniczak, Tomasz Suchański, Jerzy Hołub, Maciej Gazdowski, Sylwia Chada, Maciej Lewiński, Filip Springer.

- Wykonawca zapewni udział w każdym z czterech edycji warsztatów po trzech prelegentów (w sumie będzie ich 12), którzy przygotują swoje zajęcia w oparciu o posiadaną wiedzę i doświadczenie (po jednym z obszarów: np.: marketing, innowacje, zarządzanie). Wyboru tych osób dokona Zamawiający z proponowanej listy przygotowanej przez Wykonawcę. Wybrani prelegenci, po przeprowadzonych warsztatach zobowiązani są do wzięcia udziału w kolacji z uczestnikami warsztatów. Wszelkie koszty związane z udziałem prelegentów w poszczególnych elementach zamówienia pokrywa Wykonawca;
- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania listy propozycji osób będących prelegentami (po 12 z każdej dziedziny: marketing, innowacje, zarządzanie), spośród których Zamawiający wybierze po czterech z każdej z nich na wszystkie warsztaty;
- Osoby prowadzące warsztaty będą prelegentami podczas konferencji.

4. Zapewnienie obsługi administracyjno-organizacyjnej:

- Wykonawca zapewni w miejscu realizacji warsztatów obsługę odpowiedzialną m.in. za:
 - prowadzenie rejestracji uczestników (zebranie podpisów na liście obecności),
 - wydawanie identyfikatorów,
 - udzielanie informacji organizacyjnych uczestnikom,
 - przygotowanie i rozdawanie zaświadczeń o uczestnictwie w warsztatach (projekt Zaświadczeń musi być zaakceptowany przez Zamawiającego),
 - pomoc uczestnikom we wszystkich kwestiach organizacyjnych,
 - bieżące ustalenia z osobami odpowiedzialnymi za wynajem sali, wyżywienie, zakwaterowanie i nocleg prowadzących,
 - wydawanie materiałów informacyjnych,
 - rozwiązywanie problemów technicznych (np. problemów ze sprzętem, aranżacją sal warsztatowych itp.),
 - oznakowanie sal zgodnie z identyfikacją wskazaną przez Zamawiającego (w tym umieszczenie informacji o finansowaniu projektu);
- Obsługa warsztatów będzie do dyspozycji uczestników warsztatów oraz Zamawiającego przez cały czas trwania warsztatów.

5. Przygotowanie materiałów szkoleniowych:

- Po stronie Wykonawcy leży ścisła współpraca z Zamawiającym w zakresie kompleksowego przygotowania materiałów szkoleniowych;
- Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji projekty graficzne wszystkich materiałów warsztatowych (w tym teczki z notatnikami, długopisy i innowacyjne, ekologiczne identyfikatory, zaświadczenia po ukończeniu warsztatów). W przypadku braku akceptacji Zamawiającego Wykonawca najpóźniej w terminie 2 dni kalendarzowych dokona zmian w projektach lub materiałach zgodnie z uwagami Zamawiającego a następnie przekaże je do pełnej akceptacji;
- Wykonawca po zaakceptowaniu wzorów przygotowuje i rozdystrybuje wśród uczestników programu wydarzeń, ankiety ewaluacyjne oraz następujące materiały:
 - rozkładana teczka w całości wykonana z papieru pochodzącego z recyklingu (Format A4, wymiary 230 mm x 320 mm x 15 mm, umożliwiająca przechowanie dokumentów na jej lewym, wewnętrznym skrzydle, wraz z notatnikiem w formacie A4),
 - długopisy (Wymiary: długość 14-19 cm, średnica 8 mm \pm 2 mm, wyprodukowane z recyklingu, wykończenie: wkład koloru niebieskiego lub czarnego;
 - wielorazowy kubek wykonany ze szkła hartowanego z korkową opaską chroniącą przed temperaturą napoju z pokrywką „nie kapką”, pojemność 340 ml.
- Wszystkie materiały warsztatowe muszą być oznaczone kolorowymi logotypami wskazanymi przez Zamawiającego. Zamawiający dostarczy Wykonawcy logotypy po podpisaniu umowy.

6. Kolacja dla uczestników warsztatów, prelegentów oraz zaproszonych gości:

- Po stronie Wykonawcy leży organizacja kolacji z obsługą kelnerską dla ok. 120 osób w jednej sali restauracyjnej lub bankietowej w centrum Szczecina po każdym warsztatach;
- Wykonawca opracuje **trzy propozycje menu**, spośród których Zamawiający wybierze jedno z nich na minimum 21 dni kalendarzowych przed każdym wydarzeniem, przy czym w menu będą znajdowały się ciepłe i zimne przekąski, przystawki, pierwsze i drugie danie ciepłe (w tym propozycje mięsne jak i wegetariańskie), napoje zimne, napoje gorące, deser. Wykonawca powinien zadbać, aby podawane produkty były świeże oraz podawane w odpowiedniej temperaturze (ciepłe lub zimne w zależności od charakteru danego posiłku). Przygotowując menu Wykonawca zobowiązany jest wziąć pod uwagę dostępne produkty lokalne oraz sezonowe;
- W kolacji wezmą udział osoby uczestniczące w warsztatach (po wcześniejszym potwierdzeniu swojej obecności), prelegenci oraz zaproszeni przez Zamawiającego goście. Wykonawca przygotowuje listę uczestników kolacji w uzgodnieniu z Zamawiającym.

C. Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie czterech konferencji z udziałem światowej klasy mentorów z branży usług przyszłości

1. Organizacja konferencji:

- Konferencje muszą odbyć się w **Szczecinie**. Wykonawca powinien wskazać miejsca organizacji całego przedsięwzięcia, tak by były spoiwem tematu przewodniego przedsięwzięcia lub dziedziny, w której jest organizowane;
- Wykonawca będzie odpowiedzialny za **wynajęcie sal/hal widowiskowych lub postawienie infrastruktury konferencyjnej w przestrzeni miejskiej** na potrzeby organizacji eventów, przy czym miejsca te muszą być w bardzo dobrym stanie technicznym, tak by nie stanowiły zagrożenia dla uczestników, muszą pomieścić planowaną liczbę uczestników (minimum 500 osób) oraz być odpowiednio przygotowane pod względem panujących obostrzeń epidemicznych;
- Do Wykonawcy należy **terminowe uzyskanie wszystkich pozwoleń, zgód, zaświadczeń, instrukcji, regulaminów, opinii, planów obiektów, ubezpieczeń wymaganych prawem**, w tym spełnienie wymogów związanych z organizacją imprez masowych. Uzyskanie pozwolenia na realizację konferencji należy dostarczyć Zamawiającemu **nie później niż 30 dni kalendarzowych przed organizacją każdej z konferencji**;
- Zamawiający wymaga od Wykonawcy przygotowania i przedstawienia do akceptacji Zamawiającemu listy propozycji miejsc, w których może odbyć się pierwsza konferencja w terminie **do 21 dni kalendarzowych** od podpisania umowy (na uzasadniony wniosek Wykonawcy, Zamawiający może wydłużyć ten termin), w przypadku kolejnych konferencji **na 90 dni kalendarzowych** przed dniem rozpoczęcia konferencji (na uzasadniony wniosek Wykonawcy, Zamawiający może wydłużyć ten termin);
- Jeżeli do obiektu przynależy parking (wraz z wyznaczonymi miejscami dla osób niepełnosprawnych) Wykonawca powinien zapewnić, by był on bezpłatny dla uczestników. Przestrzeń przeznaczona na parking powinna liczyć minimum 150 miejsc postojowych;
- Obiekty muszą posiadać dostęp do nieodpłatnej szatni z jej obsługą, umożliwiającą pozostawienie rzeczy przez wszystkich uczestników konferencji;
- W celu zwiększenia dostępności do udziału w konferencji obiekty muszą być dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych;
- Obiekty muszą posiadać przestrzeń, w której Wykonawca będzie mógł zorganizować (po konferencjach) bar kawowy, w którym za opłatą uczestnicy będą mogli zakupić przekąski oraz napoje;
- Obiekty muszą posiadać przestrzeń networking'ową, w której po zakończeniu konferencji wszyscy uczestnicy będą mogli spotkać się z prelegentami, mentorami oraz gośćmi specjalnymi. Prelegenci, mentorzy oraz goście specjaliści muszą być do dyspozycji uczestników minimum przez godzinę po zakończeniu każdej z konferencji;
- Obiekty muszą być właściwie klimatyzowane oraz ogrzewane;
- Obiekty, w których przeprowadzane będą konferencje powinny być przygotowane nie później niż 3 godziny przed rozpoczęciem konferencji pod względem techniczno-organizacyjnym, zgodnie z zaakceptowanym scenariuszem wydarzenia;
- Wykonawca zapewni możliwość całkowitego zaciemnienia sal konferencyjnych;

- Do zadań Wykonawcy należy zaplanowanie i realizacja kreatywnej koncepcji wykonawczej konferencji, przez co Zamawiający rozumie przygotowanie atrakcyjnego i ciekawego **scenariusza**, który będzie kompleksowo prezentował ideę łączącą wcześniej przeprowadzone warsztaty oraz sesje mentorskie w siedzibach przedsiębiorców. Wydarzenia mają dawać możliwość doświadczenia sztuki, kreacji wizualnych, świetlnych, technologii w szerokim zakresie. Mają budzić ciekawość i pozytywne emocje wśród uczestników konferencji. Mają być wydarzeniem zrealizowanym każdorazowo przy użyciu zaawansowanej techniki realizacji eventów specjalnych z wykorzystaniem nośników LED oraz scenografii przestrzennej (przykład aranżacji sceny w Załączniku nr 1). W scenariuszu powinny znaleźć się takie elementy jak: kreacja koncepcji poszczególnych konferencji, konferansjerów/prowadzących, charakterystyka obiektu i przestrzeni, w której odbędą się eventy, analiza ryzyka, zagrożeń realizacji imprez i metody przeciwdziałania oraz metody naprawcze, ogólny przebieg konferencji, wskazanie ewentualnych partnerów imprez i zasad współpracy z nimi, opis aranżacji scenografii, wyszczególnienie podstawowego podziału obowiązków poszczególnych osób realizujących event, opis działań angażujących uczestników eventów do aktywności podczas wydarzeń, które jednocześnie przyczynią się do promocji eventu np. w mediach społecznościowych. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia Zamawiającemu scenariuszy **najpóźniej na 40 dni kalendarzowych przed każdą z konferencji**. Zamawiający ma prawo do wniesienia uwag do scenariusza.
- Do zadań Wykonawcy należy przedstawienie do akceptacji (w formie elektronicznej) Zamawiającego **harmonogramu** prac (w formie książki eventowej/produkcyjnej) związanych z działaniami organizacyjnymi i wykonawczymi w ramach konferencji, w tym także wskazać i zapewnić: wszystkie osoby biorące udział w przygotowaniu eventu, partnerów, listę podwykonawców i obsługi zajmującej się oświetleniem, nagłośnieniem, transportem, bezpieczeństwem uczestników obsługi (ochrona, policja, straż pożarna, zabezpieczenie medyczne) z rozpisanim zakresem obowiązków i danymi kontaktowymi do tych osób (nr telefonu, e-mail), podział minutowy wystąpień i wypowiedzi zaproszonych gości oraz ewentualnej prezentacji materiałów filmowych - ze wskazaniem ich liczby i długości trwania, wymagane umowy i zgody niezbędne do realizacji wydarzenia, informacje o ubezpieczeniu, wymagane zgody i regulaminy obiektów, godzina otwarcia imprezy, przemówienie otwierające i końcowe, sprecyzowane scenariusze dla obsługi i informacje o podziale obowiązków **na 30 dni kalendarzowych** przed każdą z konferencji, w tym pełen, zaakceptowany scenariusz wydarzenia;
- Po stronie Wykonawcy leży również zapewnienie **bezpieczeństwa** uczestnikom imprezy, utrzymanie porządku podczas jej trwania, zabezpieczenie medyczne, zapewnienie właściwych warunków, w tym: przeciwpożarowych i sanitarnych, zapewnienie stałego nadzoru nad przebiegiem imprezy przez wyznaczone służby i osoby w tym zapewnienie odpowiedniej liczby pracowników ochrony - adekwatnej do wielkości eventu oraz osób, które będą się zajmowały sprawdzaniem zaproszeń/wejściówek przy wejściu na wydarzenia;
- Wykonawca zapewni **serwis sprzątający** po każdym wydarzeniu, zgodnie z wymaganiami wynajętego obiektu;
- Wykonawca zapewni **nagłośnienie, oświetlenie, sprzęt i inne wymagane sceniczne i organizacyjne** umożliwiające prowadzenie konferencji wraz z profesjonalną obsługą;
- Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie montażu i demontażu odpowiedniej, zgodnej ze scenariuszem, **innowacyjnej, scenografii i dekoracji na każdą z czterech konferencji**;
- Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie niezbędnego **wyposażenia** - mebli eventowych podczas eventu m.in. stołów, krzeseł itd.;
- Po stronie Wykonawcy leży zaproponowanie Zamawiającemu do akceptacji innowacyjnego, kreatywnego elementu podziękowania dla prelegentów, który zostanie im wręczony po ich wystąpieniu;

- Wykonawca zapewni tłumaczy języka angielskiego (z j. angielskiego na j. polski i z j. polskiego na j. angielski) realizujących tłumaczenie symultaniczne oraz tłumacza języka migowego. Wykonawca zapewni uczestnikom odbiorniki i słuchawki w liczbie wynikającej z formularzy zgłoszeniowych wypełnionych przez uczestników oraz zapewni 50 kompletów słuchawek dodatkowych.

2. Rekrutacja uczestników na konferencje:

Uczestnikami konferencji będą właściciele oraz pracownicy mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, zaproszeni goście oraz przedsiębiorcy, którzy wzięli udział we współpracy mentorskiej w czasie poprzedzającym konferencje. Rekrutacja uczestników wydarzenia powinna odbywać się w sposób otwarty, umożliwiając wszystkim chętnym udział w nich, z uwzględnieniem zasad równego dostępu, równych szans i równości płci;

Uczestnikami konferencji mogą być także mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego oraz Polski. Konferencje będą miały charakter bezpłatny, lecz wstęp na nie będzie możliwy na podstawie imiennych zaproszeń/wejściówek.

- Wykonawca przeprowadzi nabór na poszczególne konferencje co łączy się również z rozesłaniem uczestnikom informacji na temat miejsca, terminu wydarzenia i osób do kontaktu;
- Po stronie Wykonawcy leży zaprojektowanie, wydruk lub wyprodukowanie oraz rozpowszechnienie innowacyjnych (np. uwzględniające niestandardowe złożenie papieru, z którego jest wykonane lub inna ciekawa forma itd.) zaproszeń/wejściówek dla uczestników wskazanych przez Zamawiającego. Po stronie Wykonawcy leży przekazanie Zamawiającemu 200 wydrukowanych lub wykonanych zaproszeń nieimiennych i przekazanie do samodzielnego kolportażu. Projekty zaproszeń należy przekazać Zamawiającemu do akceptacji najpóźniej 7 dni kalendarzowych przed oddaniem ich do druku lub produkcji. Zaproszenia powinny stanowić dla uczestnika intrygującą formę, wzbudzającą zaciekawienie udziałem w konferencji. Po stronie Wykonawcy leży również zaprojektowanie zaproszeń elektronicznych;
- Zaproszenia zostaną wysłane przez Wykonawcę na minimum 21 dni kalendarzowych przed każdą z konferencji. Lista osób, podmiotów, do których Wykonawca roześle zaproszenia specjalne zostanie podana przez Zamawiającego z odpowiednim wyprzedzeniem;
- W przypadku niewielkiego zainteresowania udziałem w konferencjach Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia dodatkowej rekrutacji na konferencje uczestników spośród zbioru osób określonych w rozdziale V Opisu Przedmiotu Zamówienia;
- Rekrutacja powinna odbywać się za pomocą elektronicznego systemu rekrutacji uczestników. Wykonawca udostępni Zamawiającemu podgląd (od strony administratora) do panelu rekrutacyjnego. Zamawiający upoważni maksymalnie dwie osoby ze strony Wykonawcy do przetwarzania danych osobowych na potrzeby związane z rekrutacją na konferencje. Rekrutacja rozpocznie się 40 dni przed każdą z konferencji;
- Wykonawca, podczas całego procesu rekrutacji, zapewni minimum jedną osobę do kontaktów z Zamawiającym, która na bieżąco będzie udzielała informacji związanych z naborem/rekrutacją a także o do kontaktu potencjalnych uczestników z Wykonawcą;
- Po stronie Wykonawcy leży monitorowanie zgłoszeń oraz w razie potrzeby dokonywanie właściwych aktualizacji przesłanych informacji. W tym celu Wykonawca uzyska zgodę uczestników na przetwarzanie danych osobowych na potrzeby realizacji danej konferencji;

3. Zapewnienie udziału prelegentów na konferencje:

Prelegenci to autorytety i czołowi przedstawiciele w swojej dziedzinie. Osoby, których doświadczenie zawodowe cieszy się uznaniem, które mogą inspirować i konstruktywnie wpływać na postępowanie osób, mobilizując je do podejmowania inicjatywy oraz samodzielnych działań zmieniających codzienne funkcjonowanie. Stymulujące zapał, wyobraźnię i intelekt. Potrafiące przekazać pomoc w osiągnięciu wiedzy.

- Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie czterech prelegentów na każdą z konferencji, którzy przygotowują swoje wystąpienia w oparciu o posiadaną wiedzę i doświadczenie.
Trzech z nich to prelegenci prowadzący warsztaty poprzedzające konferencje a ich ok. 20minutowe wystąpienia powinny być oparte również o wnioski wyciągnięte ze współpracy z przedsiębiorcami podczas warsztatów.
Czwarty z nich to światowej klasy autorytet i czołowy specjalista w swojej dziedzinie, przedsiębiorca, angażujący się w pomoc rozwojową. To osoba, która na wcześniejszym etapie zamówienia wzięła udział w sesjach mentorskich z przedsiębiorcami. Jego wystąpienie powinno nawiązywać również do wniosków wyciągniętych ze współpracy z przedsiębiorcami podczas sesji mentorskich;
- Wyboru tych osób dokona Zamawiający z listy propozycji przygotowanych przez Wykonawcę;
- Na każdą z czterech konferencji Wykonawca zaprosi prelegentów, tak, by ich wystąpienia nie powtarzały się i zapewniały wyjątkowość każdej z nich.
- Wykonawca zapewni udział prelegentów networking’u po zakończeniu każdej z konferencji, przez co najmniej godzinę od zakończenia konferencji.
- Wykonawca zapewni udział mentorów w networking’u po zakończeniu każdej z konferencji, przez co najmniej godzinę od zakończenia konferencji.

4. Gość specjalny:

Gość specjalny to charyzmatyczny mówca, twórca treści w mediach społecznościowych, osobowość mająca doświadczenie w wystąpieniach publicznych na konferencjach typu TEDx, TED, którego codzienna działalność zawodowa będzie mogła być powiązana z potrzebami mikro, małych i średnich przedsiębiorców w zakresie rozwoju biznesu, osobowość medialna, działacz społeczny ze szczególnym uwzględnieniem ekologii, innowacji i rozwoju, laureat wielu nagród, influencer o tematyce biznesowej, technologicznej, innowacyjnej, ekologicznej z minimum 90 tysiącami obserwujących w co najmniej jednym portalu społecznościowym typu Facebook, Youtube, Instagram, TikTok lub LinkedIn.

- Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie ok. 20 minutowego wystąpienia jednego gościa specjalnego na każdej konferencji, którzy przygotowują swoje wystąpienia w oparciu o posiadaną wiedzę i doświadczenie. Do przykładowego katalogu takich osób należą m.in.: Radzimir Dębski, Katarzyna Sokołowska, Sławomir Idziak, Radosław Kotarski, Natalia Hatałska, Robert Makłowicz, Tomasz Miler, Anja Rubik, Janina Bąk (Janina Daily), Karol Paciorek, Krzysztof Gonciarz, Marcin Dorociński, Maciej Orłoś, Piotr Kraško, Wojciech Malajkat. Wszelkie koszty związane z udziałem gości specjalnych w poszczególnych elementach zamówienia pokrywa Wykonawca;
- Wyboru tych osób dokona Zamawiający z listy 15 propozycji osób przygotowanych przez Wykonawcę;
- Na każdą z czterech konferencji Wykonawca zaprosi po jednym gościu specjalnym, tak, by ich wystąpienia nie powtarzały się i zapewniały wyjątkowość każdej z nich;

- Wykonawca zapewni udział gościa specjalnego w networking'u po zakończeniu każdej z konferencji, przez co najmniej godzinę od zakończenia konferencji.

5. Prowadzący konferencje:

Każda konferencja zostanie poprowadzona przez doświadczonego konferansjera będącego osobami społecznego uznania w świecie biznesu i mediów, które nadadzą wyjątkowy kształt każdemu wydarzeniu, będą gospodarzami oraz mającymi kredyt zaufania co do profesjonalizmu.

- Po stronie Wykonawcy leży zapewnienie konferansjerów/prowadzących na każdą z konferencji zgodnie z powyższymi standardami (w tym zawarcie niezbędnych umów z wynagrodzeniem, które pokrywa Wykonawca). Prowadzący muszą być każdorazowo zaakceptowani przez Zamawiającego;
- Konferansjerzy/prowadzący muszą posiadać doświadczenie wskazujące, że w ostatnich trzech latach przed ogłoszeniem zamówienia, co najmniej pięć razy poprowadził wydarzenie, w którym wzięło udział co najmniej 1000 osób;
- Konferansjerzy muszą w sposób biegły w mowie posługiwać się językiem angielskim.

VII. ROZWIĄZANIA PROEKOLOGICZNE

- Po stronie Wykonawcy leży minimalizowanie rozwiązań nie ekologicznych na rzecz proekologicznych;
- Podczas realizacji poszczególnych elementów zamówienia używany będzie papier pochodzący z makulatury;
- Wykonawca zapewni uczestnikom wydarzeń możliwość segregowania odpadów.

CZĘŚĆ 2:

VIII. PROMOCJA WYDARZEŃ

Kampania promocyjno-informacyjna będzie składać się zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych o zasięgu regionalnym i krajowym. Prowadzone działania muszą być zróżnicowane ze względu na specyfikę odbiorców - przedsiębiorcy z sektora **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw**, przedstawiciele otoczenia biznesu, firmy w początkowej fazie rozwoju, z uwzględnieniem obszarów inteligentnych specjalizacji regionu, potencjalni inwestorzy, jak i mieszkańcy regionu i kraju.

- Kampania promocyjna wszystkich wydarzeń musi być spójna wizerunkowo oraz ideowo dla wszystkich form przekazu oraz działań realizowanych w ramach promocji, musi mieć wspólny Key Visual (linię graficzną). Posty muszą być angażujące, kreatywne, ciekawe, utrzymujące wysoki poziom merytoryczny, spójne merytorycznie z przyjętą ogólną koncepcją promocyjną (spójność publikacji nie polega na umieszczaniu takich samych treści i materiałów na wszystkich portalach);
- Przekaz kampanii musi być ujednoczony m.in. pod względem:
 - elementu przewodniego, który pozwoli na wypromowanie i umocnienie wizerunku gospodarczego Pomorza Zachodniego oraz wsparcia w rozwoju **mikro, małych i średnich przedsiębiorstw** a także wzrostu liczby inwestycji w regionie;
 - sposobu przekazywanych informacji, dostosowanego do konkretnej grupy odbiorców.
- Podczas kampanii marketingowej we wpisach na portalach społecznościowych powinny pojawiać się m.in. takie elementy jak: informacje o celach realizowanych przedsięwzięć, możliwości zgłoszenia do udziału sesjach mentorskich oraz warsztatach w tym zachęcenie do wzięcia w nich udziału, terminach zgłoszeń, walorach gospodarczych Pomorza Zachodniego ukazywanych za pomocą metody storytellingu światowej klasy mentorów – zgodnie z harmonogramem potrzeb Zamawiającego w tym zakresie. Wykonawca przed publikacją postów na portalach społecznościowych uzyska akceptację treści u Zamawiającego;
- Na publikowanych przez Wykonawcę zdjęciach/filmach musi znajdować się **logo Pomorza Zachodniego** (w postaci nałożonego graficznie logotypu), informacja o projekcie oraz inne logotypy wskazane przez Zamawiającego;
- Wykonawca w imieniu Zamawiającego będzie prowadził **korespondencję** z fanami przesyłającymi wiadomości na fanpage'ach Pomorza Zachodniego oraz odpowiadał na komentarze i wpisy internautów. Wykonawca będzie utrzymywał dialog z internautami, pobudzał ich do dyskusji, angażował do pożądanych reakcji. Wykonawca będzie **odpowiadał na komentarze i wiadomości** internautów w dni robocze od godziny 8 do godziny 20 w ciągu dwóch godzin od przesłania wiadomości/komentarza, po godzinie 20 w ciągu 14 godzin. W weekendy odpowiedź na komentarz musi być udzielona w ciągu 24 godzin;
- Zamawiający przyzna przedstawicielowi Wykonawcy dostęp do kont reklamowych, z którego będą tworzone i opłacane reklamy na portalach społecznościowych wskazanych w Opisie Przedmiotu Zamówienia, poprzez przyznanie odpowiedniej roli na tym koncie;
- Jeżeli tytuł prasowy, w którym mają pojawić się informacje o poszczególnych etapach projektu posiada **stronę internetową, serwis internetowy i/lub konta na kanałach społecznościowych**, powstające publikacje, artykuły i reklamy powinny być również opublikowane w tych kanałach. Informacja musi być umieszczona na stronie głównej portalu/strony przez co najmniej trzy dni;

- Publikacje i artykuły prasowe będą zaprojektowane tak, aby dobrze integrowały się z user experience czytelnika wybranego tytułu prasowego;
- Publikacje, reklamy, artykuły w prasie muszą zostać opracowane **graficznie z uwzględnieniem** identyfikacji wizualnej Pomorza Zachodniego - w przypadku reklam - **wyłącznie w odniesieniu do logo Pomorza Zachodniego**;
- Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie copywriterskie i graficzne reklam i publikacji oraz zlecenie emisji materiałów w wybranych tytułach prasowych. Wszystkie wyżej wymienione zostaną przekazane do akceptacji Zamawiającemu w terminie określonym w zapisach niniejszego Opisu Przedmiotu Zamówienia;
- Publikacje, reklamy i artykuły prasowe powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przygotowanymi przez Wykonawcę. Do zadań Wykonawcy należy stworzenie projektów publikacji, tak by swoim wyglądem przypominały artykuły prasowe stosowane w tytule prasowym, w którym ma zostać zamieszczona publikacja;
- Zamawiający zastrzega, że treść każdego materiału prasowego publikowanego w danym tytule prasowym musi być inna przy każdej emisji;
- W przypadku braku określenia w opisie przedmiotu zamówienia terminu dostarczenia do Zamawiającego jakiegoś materiału do akceptacji, uznaje się, że Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia go minimum 10 dni kalendarzowych przed przekazaniem materiału do odpowiedniej redakcji do emisji lub publikacją materiału w mediach lub emisją materiału podczas wydarzenia.

Promocja sesji mentorskich

1. Kampania promocyjna na portalu Facebook:

- Wykonawca, w ramach każdej z czterech sesji mentorskich opublikuje minimum 4 lecz nie więcej niż 6 postów na fanpage'u Pomorza Zachodniego (w sumie, w ramach 4 sesji opublikuje minimum 16, lecz nie więcej niż 24 posty), które będą dotyczyły realizacji sesji mentorskich (np. informacji o mentorach, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw do udziału w sesji). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;
- **Wszystkie posty w ramach jednej z czterech sesji mentorskiej, muszą uzyskać co najmniej 600 tysięcy zasięgu płatnego odbiorców.** Zamawiający dopuszcza promocję tylko na kanale: „Aktualności”. Zamawiający z Wykonawcą ustalą, które posty mają mieć większy zasięg płatny, a które mniejszy. Decyzja uzależniona będzie np. od zaangażowania firm zgłaszających się na udział w sesjach mentorskich itd.;
- Wykonawca, w ramach każdej z czterech sesji mentorskich opublikuje minimum cztery relacje na Fanpage'u Pomorza Zachodniego (w sumie min. 16) . Relacje powinny mieć formę materiałów wideo, trwających maksymalnie 15 sekund każda. Relacje powinny dotyczyć wizyty studyjnej mentora.
- Publikacja postów związanych z realizacją wyżej wymienionego zadania kończy się z wraz z zakończeniem współpracy mentora z ostatnim przedsiębiorcą w ramach sesji mentorskich;

- Wykonawca zapewni publikację minimum jednego posta i jednej relacji w mediach społecznościowych wszystkich mentorów dotyczącej konkursu wyłaniającego uczestników czterech sesji mentorskich oraz samych sesji. Mentorzy muszą występować w relacjach osobiście. Posty i relacje muszą mieć formę materiału filmowego. Wykonawca zapewni zgody mentorów, i innych podmiotów (w razie zaistnienia takiej konieczności) do użycia materiałów wyprodukowanych przez nich w ramach kampanii do wykorzystania przez Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, zgodnie z postanowieniami umowy. Wykonawca zobowiązany jest do uzyskania i niezwłocznego przekazania Zamawiającemu materiału filmowego w najwyższej jakości (materiał zostanie umieszczony na kanale YouTube Zamawiającego).

2. Kampania promocyjna na portalu Instagram:

- Wykonawca, w ramach każdej z czterech sesji mentorskich opublikuje minimum 4 lecz nie więcej niż 6 postów na fanpage'u Pomorza Zachodniego (w sumie, w ramach 4 sesji opublikuje minimum 16, lecz nie więcej niż 24 posty), które będą dotyczyły realizacji sesji mentorskich (np. informacji o mentorach, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw Pomorza Zachodniego do udziału w sesji). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;
- **Wszystkie posty, w ramach jednej z czterech sesji mentorskiej, muszą uzyskać co najmniej 100 tysięcy zasięgu płatnego odbiorców.** Zamawiający z Wykonawcą ustalą, które posty mają mieć większy zasięg płatny, a które mniejszy. Decyzja uzależniona będzie np. od zaangażowania firm zgłaszających się na udział w sesjach mentorskich itd.

3. Kampania promocyjna na portalu LinkedIn:

- Wykonawca zobowiązany jest opublikować minimum 4 lecz nie więcej niż 6 postów przed sesją mentorską (tzw. Text Ads z tytułem, krótkim tekstem i obrazem, na którym dodane będzie hiperłącze), pojawiające się na news feedzie (w sumie, w ramach 4 sesji mentorskich opublikuje minimum 16, lecz nie więcej niż 24 posty), które będą dotyczyły realizacji sesji mentorskich (np. informacji o mentorach, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z Pomorza Zachodniego do udziału w konkursie i sesji). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;
- **Wszystkie posty w ramach jednej z czterech sesji mentorskiej, muszą uzyskać co najmniej 20 tysięcy zasięgu płatnego odbiorców.** Zamawiający z Wykonawcą ustalą, które posty mają mieć większy zasięg płatny, a które mniej. Decyzja uzależniona będzie np. od zaangażowania firm zgłaszających się na udział w sesjach mentorskich itd.

4. Kampania promocyjna w prasie regionalnej i krajowej

- Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjno-informacyjną przed każdą z czterech sesji mentorskich w:
 - prasie regionalnej, której średnia miesięczna sprzedaż w grudniu 2020 roku wynosiła ponad 4 tysiące egzemplarzy (w tym magazyny ogólnopolskie z mutacją na województwo zachodniopomorskie) umieszczając jeden artykuł w dwóch różnych tytułach w magazynowym ich wydaniu
- oraz
- prasie krajowej, której średnia miesięczna sprzedaż w sierpniu 2021 roku wynosiła ponad 30 tysięcy egzemplarzy (opiniotwórczy tytuł prasowy, który ukazuje się minimum pięć razy w tygodniu) umieszczając jeden artykuł w dwóch różnych tytułach;

w formie publikacji artykułów prasowych w formule **reklamy natywnej oraz materiałów sponsorowanych powstających we współpracy z Zamawiającym** (opracowane przez Wykonawcę materiały powinny uwzględniać m.in. treści informacyjne o realizowanych przedsięwzięciach – zapowiadające je, zachęcające do wzięcia w nich udziału, informujące o udziale w nich konkretnych mentorów, walorach edukacyjnych, celu ich przeprowadzenia oraz grafikę;

- Reklamy i publikacje w prasie krajowej muszą zostać wykonane w **formacie full page, full color** i znajdować się na trzeciej stronie tytułu prasowego (przy czym na stronie drugiej muszą ukazać się treści i artykuły redakcyjne); Kampania w prasie odbędzie się w terminie **od dnia zawarcia umowy do 30 listopada 2023 r. zgodnie z przygotowanym harmonogramem publikacji**

Promocja dwudniowego wydarzenia - konferencji wraz z warsztatami

1. Kampania promocyjna na portalu Facebook:

- Wykonawca, w ramach każdego z czterech warsztatów połączonych z konferencjami opublikuje minimum 6 lecz nie więcej niż 8 postów na fanpage'u Pomorza Zachodniego (w sumie, w ramach 4 warsztatów połączonych z konferencjami opublikuje minimum 24, lecz nie więcej niż 32 posty), które będą dotyczyły konferencji połączonych z warsztatami (np. informacja o wyborze mentorów, udziale gości specjalnych, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw do udziału w sesji). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;
- **Wszystkie posty w ramach jednego z czterech cykli warsztatów połączonych z konferencją**, muszą uzyskać **co najmniej 600 tysięcy zasięgu płatnego odbiorców**. Zamawiający z Wykonawcą ustalą, które posty mają mieć większy zasięg płatny, a które mniejszy. Decyzja uzależniona będzie np. od zaangażowania uczestników zgłaszających się do udziału w powyższych przedsięwzięciach itd.;
- Wykonawca, w ramach każdej z czterech sesji mentorskich opublikuje minimum pięć relacji (dwie dotyczą warsztatów a trzy konferencji) na Fanpage'u Pomorza Zachodniego (w sumie min.20). Relacje powinny mieć formę materiałów foto lub wideo, trwających maksymalnie 15 sekund każda.
- Wykonawca zapewni publikację minimum dwóch postów i dwóch relacji w mediach społecznościowych wszystkich mentorów, jednego posta i jednej relacji wszystkich prowadzących warsztaty związanych z ich prowadzeniem oraz udziałem w konferencji oraz jednego posta i jednej relacji wszystkich gości specjalnych dotyczących udziału w konferencji. Mentorzy muszą występować w relacjach osobiście. Wykonawca zapewni zgody mentorów, prowadzących warsztaty i gości specjalnych (w razie zaistnienia takiej konieczności) do użycia materiałów wyprodukowanych przez nich w ramach kampanii do wykorzystania przez Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, zgodnie z postanowieniami umowy.

2. Kampania promocyjna na portalu Instagram:

- Wykonawca, w ramach każdej z czterech warsztatów połączonych z konferencjami opublikuje minimum 6 lecz nie więcej niż 8 postów na profilu Pomorza Zachodniego na Instagramie (w sumie, w ramach 4 warsztatów połączonych z konferencjami opublikuje minimum 24, lecz nie więcej niż 32 posty), które będą dotyczyły realizacji powyższych wydarzeń (np. informacja o wyborze mentorów, udziale gości specjalnych, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z Pomorza Zachodniego do udziału w warsztatach i konferencjach). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;
- **Wszystkie posty w ramach jednego z czterech cykli warsztatów i konferencji**, muszą uzyskać **co najmniej 200 tysięcy zasięgu płatnego odbiorców**. Zamawiający z Wykonawcą ustalą, które posty mają

mieć większy zasięg płatny, a które mniejszy. Decyzja uzależniona będzie np. od zaangażowania uczestników zgłaszających się na udział w powyższych przedsięwzięciach itd.;

- Wykonawca zapewni publikację minimum dwóch postów i dwóch relacji w mediach społecznościowych wszystkich mentorów, jednego posta i jednej relacji wszystkich prowadzących warsztaty dotyczących ich przeprowadzenia i udziału w konferencji oraz jednego posta i jednej relacji wszystkich gości specjalnych dotyczących udziału w konferencji. Mentorzy muszą występować w relacjach osobiście. Wykonawca zapewni zgody mentorów, prowadzących warsztaty oraz gości specjalnych (w razie zaistnienia takiej konieczności) do użycia materiałów wyprodukowanych przez nich w ramach kampanii do wykorzystania przez Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, zgodnie z postanowieniami umowy.

3. Kampania promocyjna na portalu LinkedIn:

- Wykonawca zobowiązany jest opublikować minimum 6 lecz nie więcej niż 8 postów przed wydarzeniem (tzw. Text Ads z tytułem, krótkim tekstem i obrazem, na którym dodane będzie hiperłącze), pojawiające się na news feedzie (w sumie, w ramach 4 warsztatów połączonych z konferencjami opublikuje minimum 24, lecz nie więcej niż 32 posty), które będą dotyczyły realizacji powyższych wydarzeń (np. informacja o wyborze mentorów, udziale gości specjalnych, zachęcenie do zgłaszania się mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z Pomorza Zachodniego do udziału w warsztatach i konferencjach). Zamawiający, po uzgodnieniu z Wykonawcą, dopuszcza zmianę liczby publikowanych postów. Szczegółowy harmonogram umieszczania postów zostanie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym;
- **Wszystkie posty w ramach jednego z czterech cykli warsztatów i konferencji, muszą uzyskać co najmniej 120 tysięcy zasięgu płatnego odbiorców.** Zamawiający z Wykonawcą ustalą, które posty mają mieć większy zasięg płatny, a które mniejszy. Płatna promocja postów ma być proporcjonalna w stosunku do siebie. Decyzja uzależniona będzie np. od zaangażowania firm zgłaszających się na udział w sesjach mentorskich itd.;

4. Kampania promocyjna w prasie regionalnej i krajowej (w tym w mediach branżowych /lifestylowych)

- Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjno-informacyjną przed każdą z czterech konferencji w:
 - prasie regionalnej, której średnia miesięczna sprzedaż w grudniu 2020 roku wynosiła ponad 4000 egzemplarzy (w tym magazyny ogólnopolskie z mutacją na województwo zachodniopomorskie) umieszczając dwa artykuły w dwóch różnych tytułach w magazynowym ich wydaniu

oraz

- prasie krajowej, której średnia miesięczna sprzedaż w sierpniu 2021 roku wynosiła ponad 30 tysięcy egzemplarzy (opiniotwórczy tytuł prasowy, który ukazuje się minimum pięć razy w tygodniu) umieszczając trzy artykuły w jednym tytule

w formie publikacji artykułów prasowych w formule **reklamy natywnej oraz materiałów sponsorowanych** powstających we współpracy z Zamawiającym (opracowane przez Wykonawcę materiały powinny uwzględniać m.in. treści informacyjne o realizowanych przedsięwzięciach – zapowiadające je, zachęcające do wzięcia w nich udziału, informujące o udziale w nich konkretnych mentorów, walorach edukacyjnych, celu ich przeprowadzenia. Publikacje muszą stanowić w minimum **50% artykuły w formie natywnej**;

- Reklamy i publikacje w prasie krajowej muszą zostać wykonane w **formacie** full page, full color i znajdować się na trzeciej stronie tytułu prasowego (przy czym na stronie drugiej muszą ukazać się treści i artykuły redakcyjne);

- Wykonawca jest zobowiązany do umieszczenia jednego artykułu przed każdą konferencją w dwóch wydaniach internetowych krajowych, „lifestylowych, prestiżowych magazynach, w których prezentowane są artykuły o sztuce, literaturze, muzyce, kulturze, podróżach, modzie, portrety znanych osób oraz informacje o innowacyjnych produktach (uwzględniając tytuły branżowe/lifestylowe takie jak: K MAG, Vogue, whiteMAD, Noizz, ELLE, Design Alive, Domo+. Designteka.pl, PLN Design, MAGAZIF);

Kampania w prasie odbędzie się w terminie **od dnia zawarcia umowy do 30 listopada 2023 r. zgodnie z przygotowanym harmonogramem publikacji we współpracy z Zamawiającym.**

5. Promocja konferencji z wykorzystaniem PR stunt oraz interaktywnej kampanii outdoorowej:

- Kampania ta będzie miała miejsce w centrum miasta Szczecin, w miejscu o dużym natężeniu ruchu pieszych oraz pojazdów, na głównych skrzyżowaniach Miasta.
- Wykonawca przygotowuje i zrealizuje dwa niezwykle działania/aktywności/akcje reklamowe popularyzujące innowacyjny wizerunek Pomorza Zachodniego wśród odbiorców projektu. Działania zostaną zrealizowane za pomocą PRstunt'ów, które przez swoją innowacyjność i dotychczas niespotykaną formę pozwolą na dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Wydarzenie ma zwrócić uwagę opinii publicznej na realizowane wydarzenia przed każdą z konferencji. Wykonanie jednego w/w działania nie może przekraczać 30 tysięcy złotych brutto.
- Jeżeli w/w kampania outdoorowa zakładać będzie wykonanie instalacji umożliwiającej wykorzystanie jej przez Zamawiającego w późniejszym czasie, Wykonawca przekaże ją niezwłocznie po demontażu Zamawiającemu;
- Wykonawca przygotowuje na 60 dni kalendarzowych przed realizacją pierwszych warsztatów i konferencji sześć propozycji w/w działań, spośród których Zamawiający wybierze dwie propozycje. Promocja z wykorzystaniem jednego z dwóch wybranych PRstuntów rozpocznie się na 30 dni kalendarzowych przed pierwszą konferencją. Termin realizacji drugiego działania zostanie uzgodniony z Zamawiającym. Terminy, w porozumieniu między Wykonawcą a Zamawiającym, mogą ulec zmianie.

6. Streaming:

- Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia profesjonalnej transmisji live z każdej konferencji, a w tym:
 - zapewnienia minimum trzech kamer z możliwością nagrywania konferencji z bliska jak i z daleka, w tym dynamicznej kamery zamontowanej na kranie kamerowym (jego długość powinna zostać dostosowana do rozmiarów pomieszczenia) lub zamontowana na stabilizatorze.
 - dostarczenia i zainstalowania sprzętu niezbędnego do przeprowadzenia transmisji, wraz z obsługą a także jego demontażu i odebrania po przeprowadzonej transmisji;
 - przeprowadzenia próby technicznej sprzętu przed rozpoczęciem każdego wydarzenia minimum 3 godziny przed konferencją;
 - emisji każdej z czterech konferencji na profilu Facebook Zamawiającego i/lub kanale YouTube, Instagram obsługiwanych przez Zamawiającego;
 - zapewnienia kopii elektronicznej materiałów, w celu ich ponownego odtworzenia lub modyfikowania;
 - w razie konieczności zapewnienia belek, podpisów lub elementów graficznych;
 - zapewnienia jakości streamingu full HD;
 - zapewnienia dodatkowego łącza internetowego zapewniającego nieprzerwalność transmisji.
 - zapewnienia i opracowania zdjęć każdego z prelegentów z uwzględnieniem krótkiego opisu/historii każdego z nich oraz emisji na głównym ekranie podczas przerw w czasie trwania konferencji;

- wykonania materiałów video wraz z przekazaniem wszystkich praw autorskich. Nagrania video dotyczyć będą występujących na konferencji prelegentów ok. 5 materiałów (minimum jeden materiał filmowy z na jednego prelegenta). Materiały powinny być wykonane w formie skróconego spotu podkreślającego walory edukacyjne każdego z wystąpień.
 - wykonania, opracowanie i zmontowanie filmów wraz z przekazaniem wszystkich praw autorskich. Materiał filmowy dotyczący tzw. miks z wydarzenia. Długość materiału max. 60 sekund.;
 - każdy film wykonany z wykorzystaniem podpisów z aktualną treścią, zgodnie z zasadą WCAG 2.1 AA.
- Szczegóły na temat transmisji materiałów wideo zostaną ustalone z Zamawiającym na minimum 21 dni kalendarzowych przed konferencją.

IX. POZOSTAŁE WYMAGANIA WZGLĘDEM PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- 1) Wykonawca odpowiedzialny za realizację „Części II” zamówienia zapewni profesjonalnego **fotografa** do wykonania relacji zdjęciowej z przebiegu warsztatów. Zamawiający wymaga dostarczenia (w formie elektronicznej) w terminie 2 dni od organizacji każdego z czterech spotkań minimum 100 zdjęć (w wersji ostatecznej, obrobionej) z ich przebiegu;
- 2) Wykonawca odpowiedzialny za realizację „Części II” zamówienia zapewni profesjonalnego **fotografa** do wykonania relacji zdjęciowej z przebiegu każdej konferencji. 10 zdjęć w dobrej jakości Zamawiający otrzyma w trakcie trwania każdej z konferencji. Zamawiający wymaga dostarczenia (w formie elektronicznej) w terminie 3 dni kalendarzowych od organizacji każdego z czterech spotkań minimum 300 zdjęć (w wersji o ostatecznej) z ich przebiegu.
- 3) Wszystkie materiały (artykuły, reklamy, posty, spoty/filmy, banery i inne) opracowane na potrzeby realizacji niniejszego zamówienia, muszą uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego przed ich emisją, w terminach określonych w opisie działań niniejszego dokumentu. Nieuzyskanie akceptacji Zamawiającego w odniesieniu do materiału w terminie określonym jako ostateczny będzie traktowane jako niewykonanie zadania.
- 4) Wykonawca do wszystkich materiałów będących efektem realizacji niniejszego postępowania przenosi na Zamawiającego prawa autorskie materialne.
- 5) Wykonawca oświadcza, iż posiada wiedzę, kwalifikacje i umiejętności niezbędne dla prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia.
- 6) Przygotowanie i przeprowadzenie wszystkich elementów zamówienia muszą zostać uzgodnione i zatwierdzone przez Zamawiającego.
- 7) Wykonawca (odpowiedzialny za realizację „Części I” oraz „Części II” zamówienia) opracuje **procedurę anty kryzysową** - postępowanie w przypadku pojawienia się negatywnych zjawisk mogących być zagrożeniem dla organizacji poszczególnych elementów zamówienia w tym tych, które mogą godzić z tego powodu w wizerunek regionu Pomorza Zachodniego (w tym realizacji eventów). Procedura powinna dotyczyć wszystkich działań, również promocyjnych i informacyjnych prowadzonych przez Zamawiającego (również na portalu społecznościowym Facebook, Instagram oraz LinkedIn). Wykonawca dostarczy procedurę anty kryzysową do zaakceptowania Zamawiającemu najpóźniej na **21 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy (w przypadku podpisania dwóch oddzielnych umów na „Część I” oraz „Część II” zamówienia na 21 dni kalendarzowych od dnia podpisania każdej z umów oddzielnie)**.
Wykonawca zobowiąże się do przestrzegania zapisów procedury anty kryzysowej w przypadku zaistnienia takich sytuacji pod rygorem nałożenia kar zgodnie z zapisami umowy.
- 8) Zamawiający zastrzega możliwość wprowadzania zmian do przygotowanych harmonogramów, scenariuszy itp. przez Wykonawcę. Wykonawca ma obowiązek uwzględnienia wyżej wymienionych uwag.
- 9) Kontakt z Zamawiającym, w tym także otrzymywanie wszelkich akceptacji i odpowiedzi Zamawiającego w ramach realizacji niniejszego zamówienia, jest możliwy w godzinach od 7:30 do 15:30 w dni powszednie od poniedziałku do piątku z wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy.

Załącznik nr 1: Przykłady aranżacji wydarzenia



Foto: <https://www.facebook.com/347415362259426/photos/pb.100064003271465.-2207520000../829898354011122/?type=3>

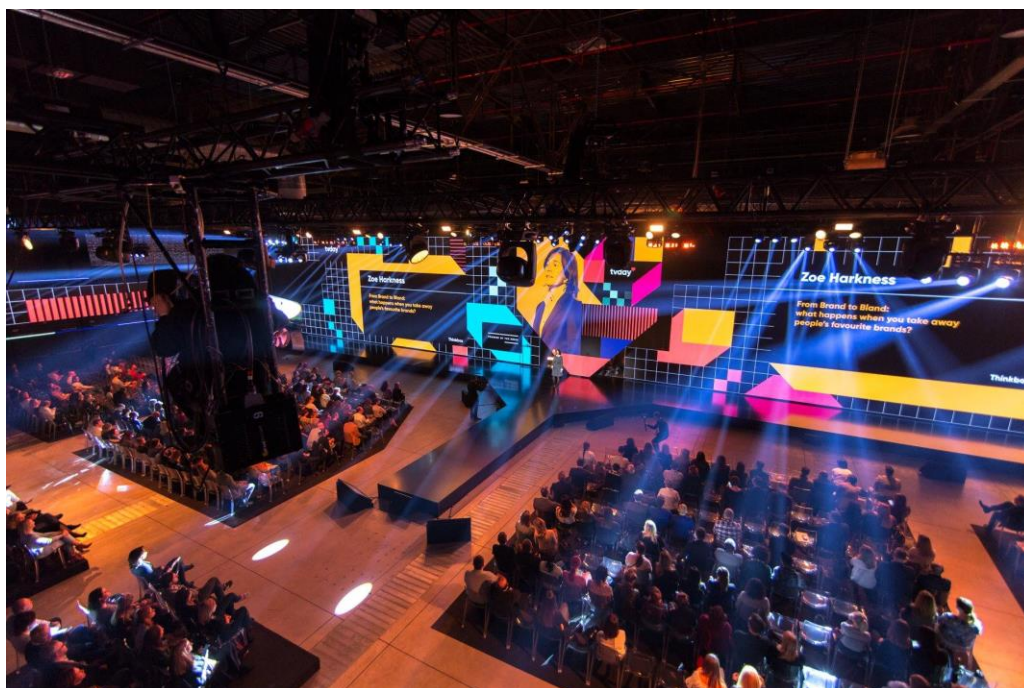


Foto: <https://www.facebook.com/347415362259426/photos/pb.100064003271465.-2207520000../829403784060579/?type=3>



Foto: <https://liveage.pl/blog/portfolio/ringier-axel-springer-people-awards-2018/>



Foto: <https://liveage.pl/blog/portfolio/microsoft-one/>

Załącznik nr 2: Przykładowy harmonogram zaangażowania mentorów, prelegentów oraz gości specjalnych

	Luty – maj 2022r.: sesje mentorskie	Maj 2022 r.: warsztaty	Maj 2022 r.: konferencja	Lipiec – październik 2022 r.: sesje mentorskie	Październik 2022 r.: warsztaty	Październik 2022 r.: konferencja	Luty – maj 2023 r.: sesje mentorskie	Maj 2023r.: warsztaty	Maj 2023r.: konferencja	Lipiec – październik 2023 r.: sesje mentorskie	Październik 2023 r.: warsztaty	Październik 2023 r.: konferencja
Mentor I	x		x									
Mentor II				x		x						
Mentor III							x		x			
Mentor IV										x		x
Gość specjalny I			x									
Gość specjalny II						x						
Gość specjalny III								x				
Gość specjalny IV												x
Prelegent I		x	x									
Prelegent II		x	x									
Prelegent III		x	x									
Prelegent IV					x	x						
Prelegent V					x	x						
Prelegent VI					x	x						
Prelegent VII								x	x			
Prelegent VIII								x	x			
Prelegent IX								x	x			
Prelegent X											x	x
Prelegent XI											x	x
Prelegent XII											x	x



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

