

Załącznik do uchwały Nr.....  
Zarządu Województwa Mazowieckiego  
z dnia .....

**Zbiorczy plan działań  
promocyjnych w kraju i zagranicą  
podejmowanych przez  
Samorząd Województwa Mazowieckiego  
na 2011 rok**



## **Spis treści:**

1. Wstęp
2. Podstawy opracowania zbiorczego planu działań promocyjnych
3. Cele działań promocyjnych
4. Zakres działań promocyjnych
5. Harmonogram realizacji działań promocyjnych
6. Statystyka opracowania planu
7. Załączniki

## 1. Wstęp

Zbiórca plan działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2011 rok zwany dalej *Zbiórczym planem działań*, został opracowany przy współpracy z komórkami organizacyjnymi Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, a za ich pośrednictwem również przy współpracy z wojewódzkimi samorządowymi jednostkami organizacyjnymi.

Zbiórca plan działań jest dokumentem, którego celem jest ułatwienie monitorowania działań promocyjnych realizowanych w zakresie budowania spójnego wizerunku Mazowsza, a tym samym zapewnienia ich synergii i zgodności z zapisami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego oraz Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

Podmiotem odpowiedzialnym za opracowanie i monitorowanie realizacji działań przedstawionych w zbiorczym planie działań jest Biuro Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego.

Procedura związana z opracowywaniem i monitorowaniem realizacji zbiorczego planu działań została szczegółowo opisana w *Zintegrowanym Systemie Zarządzania*, w procesie *Zarządzanie Marką Mazowsze*.

## 2. Podstawy opracowania zbiorczego planu działań promocyjnych

Zbiórca plan działań promocyjnych został opracowany w oparciu o zapisy następujących dokumentów:

- ✓ Uchwała Nr 50/08 Sejmiku Województwa Mazowieckiego z 31 marca 2008 r. w sprawie przyjęcia dokumentu pn. „Strategia Promocji Województwa Mazowieckiego”,
- ✓ Uchwała Nr 141/209/09 Zarządu Województwa Mazowieckiego z 20 stycznia 2009 r. w sprawie przyjęcia „Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze”,
- ✓ Zintegrowany System Zarządzania – Księga Zarządzania Procesami – Procesy planowania i realizacji usług – Upowszechnianie kultury i promocja województwa – Zarządzanie Marką Mazowsze – Opracowywanie i monitorowanie realizacji zbiorczego planu działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego (KZSZ-5-U-2.2.1/KP).

### 3. Cele działań promocyjnych

Działania promocyjne w kraju i zagranicą podejmowane przez Samorząd Województwa Mazowieckiego mają na celu wykreowanie marki regionu i nadanie mu wyraźnego wizerunku postrzeganego jako zwartej, jednolitej całości.

Niezwykle ważne jest dążenie do osiągnięcia rekomendowanej w dokumencie *Strategia Promocji Województwa Mazowieckiego* pozycji „marki -parasola”, która dawałaby silną gwarancję marki wszystkim działaniom promocyjnym regionu.

Narzędziem pomocnym w osiągnięciu tych celów jest *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*. Siłę tego narzędzia powinna stanowić obligatoryjność dla wszystkich komórek organizacyjnych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, samorządowych jednostek organizacyjnych, spółek z udziałem Samorządu Województwa Mazowieckiego a także współpracujących w różnej formie i zakresie podmiotów zewnętrznych.

Decydujący wpływ na osiągnięcie założonych celów i uzyskanie mierzalnych efektów podejmowanych działań promocyjnych ma postępowanie zgodne z założeniami *Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego* oraz *Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*, a o szansie jego powodzenia stanowi wyłącznie wspólne działanie wszystkich zobligowanych do niego podmiotów.

Dla zapewnienia prawidłowości działań promocyjnych w kontekście zgodności z ww. dokumentami konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, do zadań którego należy prowadzenie spraw w zakresie uzgadniania projektów graficznych materiałów promocyjnych i projektów stoisk wystawienniczych a także spraw w zakresie monitorowania i zatwierdzania działań promocyjnych podejmowanych przez komórki organizacyjne Urzędu.

W celu zwiększenia efektu promocyjnego rekomendowany jest także kontakt z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego, zarówno przed rozpoczęciem realizacji danego działania, jak też po jego zakończeniu (możliwość zamieszczania informacji na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl), w Kronice Mazowieckiej, itp.), zwłaszcza w przypadku ważnych przedsięwzięć, których nagłośnienie może służyć promowaniu regionu.

Podniesieniu efektu promocyjnego mogą również służyć materiały wystawiennicze, tj. roll-upy, banery, zdjęcia promujące walory Mazowsza, sztalugi, które pozostają w dyspozycji Biura Marki i Wizerunku i mogą być wypożyczane na życzenie podmiotów realizujących działania promocyjne.

#### **4. Zakres działań promocyjnych**

Działania ujęte w zbiorczym planie działań promocyjnych są bardzo różnorodne, ciekawe i pozwalają w wieloraki sposób promować Mazowsze w każdej dziedzinie jego działalności.

Szczegółowy opis działań promocyjnych na 2011 rok zaproponowanych przez komórki organizacyjne Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego z uwzględnieniem nadzorowanych przez nie samorządowych jednostek organizacyjnych, przedstawia Załącznik Nr 1.

#### **5. Harmonogram realizacji działań promocyjnych**

Harmonogram działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2011 rok, przedstawia Załącznik Nr 2.

#### **6. Statystyka opracowania planu**

Statystyka opracowania planu zawiera ogólne zestawienie liczbowe na temat podmiotów uwzględnionych w zbiorczym planie działań promocyjnych oraz zgłoszonych zamierzeń co do jego realizacji. Statystyka została przedstawiona w Załączniku Nr 3.

#### **7. Załączniki**

- ✓ Załącznik Nr 1:  
Tabela - Zbiorczy plan działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2011 rok,
- ✓ Załącznik Nr 2:  
Harmonogram działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2011 rok,
- ✓ Załącznik Nr 3:  
Statystyka opracowania planu działań promocyjnych w kraju i zagranicą podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego na 2011 rok.

**ZBIORCZY PLAN DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W KRAJU I ZAGRANICĄ PODEJMOWANYCH PRZEZ KOMÓRKI ORGANIZACYJNE  
URZĘDU MARSZAŁKOWSKIEGO WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO  
NA ROK 2011**

Lp.	Nazwa jednostki	Nazwa działania promocyjnego	Formy lub środki promocji planowane przy realizacji działania	Cel działania	Termin i miejsce działania	Przewidywane koszty działania
<b>(1) Kancelaria Marszałka</b>						
1a	Kancelaria Marszałka	Impreza promocyjna realizowana w Brukseli w ramach polskiej Prezydencji w Radzie UE pn „Wigilia Polska”	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne umieszczone w budynkach instytucji Unii Europejskiej, przedstawicielstwach dyplomatycznych oraz biurach przedstawicielskich polskich województw w Brukseli</li> <li>- zaproszenia personalizowane – skierowane do 1000 osób.</li> <li>- materiały konferencyjne (teczki, identyfikatory itp.)</li> <li>- współpraca przy tworzeniu domeny polishregions.eu</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach, na stronie internetowej i materiałach promocyjnych</li> <li>- prezentacje promocyjne (polska kuchnia itp.)</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <p>Relacja na stronie www.mazovia.pl na stronach organizacji partnerskich oraz na stronie projektu</p>	Rozpowszechnienie w ramach polskiej Prezydencji w Radzie UE informacji o polskich regionach z uwzględnieniem ich specyfiki oraz polskich zwyczajów bożonarodzeniowych wśród społeczności międzynarodowej	grudzień 2011 r.	5 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
<p>Impreza odbędzie się we współpracy z pozostałymi polskimi regionami oraz we współpracy z Ambasadą Polski w Brukseli. Ze strony województwa mazowieckiego udział w imprezie wezmą: Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciele Kancelarii Marszałka, Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki.</p> <p>W ramach imprezy promocyjnej zaplanowane są prezentacje regionów, zwyczajów bożonarodzeniowych i potraw wigilijnych.</p>						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).*

**Uwagi dodatkowe:** W prezentacji promocyjnej wartościowy mógłby być również pokaz ludowych ozdób choinkowych.

1b	Kancelaria Marszałka	Konferencje realizowane w Brukseli w ramach polskiej Prezydencji w Radzie UE	<p><u>Przed konferencją:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne umieszczone w budynkach instytucji Unii Europejskiej, przedstawicielstwach dyplomatycznych oraz biurach przedstawicielskich polskich województw w Brukseli</li> <li>- zaproszenia personalizowane – skierowane do 1200 osób.</li> <li>- materiały konferencyjne (teczki, identyfikatory itp.)</li> <li>- współpraca przy tworzeniu domeny polishregions.eu</li> </ul> <p><u>W trakcie konferencji:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach, na stronie internetowej i materiałach promocyjnych</li> </ul> <p><u>Po konferencji:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relacja na stronie www.mazovia.pl na stronach organizacji partnerskich oraz na stronie projektu</li> </ul>	Konferencje o charakterze paneli merytorycznych mają za zadanie wymianę doświadczeń i wypracowanie wspólnych stanowisk	II połowa 2011 r.	ok. 14 000 zł
----	----------------------	--	--	--	-------------------	---------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencje odbędą się we współpracy z pozostałymi polskimi regionami oraz we współpracy ze Stałym Przedstawicielstwem RP przy UE. Ze strony województwa mazowieckiego udział w imprezie wezmą: Marszałek Województwa Mazowieckiego, przedstawiciele departamentów merytorycznych oraz eksperci. Przewiduje się udział w panelach sprawozdawców z Komitetu Regionów oraz Komisji Europejskiej, posłów do PE, przedstawicieli Rządu RP, ekspertów, pracowników naukowych. Grupę docelową stanowią pracownicy odpowiednich departamentów KE, posłowie do PE, delegacje z regionów partnerskich organizatorów i inni zainteresowani.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; podprocesie: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)

**(2) Departament Zdrowia**

**(2.1) Wojewódzki Szpital Bródnowski**

2.1a	Wojewódzki Szpital Bródnowski	Obchody 30- lecia Wojewódzkiego Szpitala Bródnowskiego	<p><u>Przed uroczystością:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wykłady prezentujące osiągnięcia naukowe i medyczne oddziałów i zakładów szpitalnych</li> <li>2. Zaproszenia władz Państwowych, władz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, władz Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, wszystkich pracowników szpitala,</li> <li>3. Utworzenie publikacji zawierającą historię szpitala i jego osiągnięcia.</li> </ol> <p><u>W trakcie uroczystości:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przedstawienie dalszej wizji Szpital</li> <li>2. Odznaczenie osób zasłużonych dla szpitala</li> </ol> <p><u>Po uroczystości:</u></p> <p>Relacja na <a href="http://www.szpital-brodnowski.waw.pl">www.szpital-brodnowski.waw.pl</a></p>	Rozpowszechnienie informacji o Wojewódzkim Szpitalu Bródnowskim Odznaczenie pracowników za pracę na rzecz szpitala i nauki.	3 marca 2011 r.	40 000 zł
------	-------------------------------	--	--	--	-----------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Uroczystość obchodów 30 – lecie istnienia szpitala kierowana jest do władz państwowych, władz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, władz Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, wszystkich pracowników szpitala. Przed uroczystością odbędą się wykłady prezentujące historię i osiągnięcia naukowe oddziałów i zakładów szpitalnych. W dniu uroczystości zostanie przedstawione dalsze działania w celu poprawy jakości szpitala oraz zostaną odznaczeni pracownicy za zasługi naukowe i osiągnięcia dla szpitala.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w prezentacjach i publikacjach oraz innych materiałach promujących przedsięwzięcie (np. zaproszeniach), aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Proponuje się zaangażowanie społeczności lokalnej (np. pokaz miejsc dotychczas niedostępnych dla osób z zewnątrz; sprzedaż cegiełek wspierających szpital, itp.). Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

2.1b	Wojewódzki Szpital Bródnowski	Przeprowadzenie akcji promocyjnej „Zdrowy Targówek – zdrowsze Mazowsze” Wojewódzki Szpital Bródnowski	<p><u>Przed akcją promocyjną:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Plakaty informacyjne umieszczone na terenie szpitala , urzędu gminy Targówek,</li><li>- Zamieszczenie informacji na stronie internetowej szpitala</li><li>- Zamieszczenie informacji w prasie lokalnej</li><li>- Zamieszczenie informacji w pobliskich parafiach.</li></ul> <p><u>W trakcie przeprowadzanej akcji promocyjnej:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Pomiary ciśnienia RR,</li><li>- Wykonanie badań spirometrycznych</li><li>- Pomiary cukru</li><li>- Pomiary cholesterolu</li><li>- Pomiar BMI</li><li>- Udzielanie porad dietetycznych</li><li>- Pogadanki oraz nauka samobadania piersi</li><li>- Konsultacje specjalistyczne</li></ul> <p><u>Po przeprowadzanej akcji promocyjnej:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- relacja na <a href="http://www.szpital-brodnowski.waw.pl">www.szpital-brodnowski.waw.pl</a></li></ul>	Zwiększenie wiedzy o zdrowiu mieszkańców Targówka oraz wczesne wykrycie chorób i podjęcie ewentualnego leczenia.	1 czerwca 2011 r.	17 000 zł
------	-------------------------------	---	--	--	-------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W ramach akcji promocyjnej „Zdrowy Targówek – zdrowsze Mazowsze” przeprowadzi się działania o charakterze edukacyjnym i skriningowym. Akcja promocyjna skoncentruje się głównie na zagrożeniach i problemach zdrowotnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

**(2.2) Centrum „ATTIS”**

2.2a	Centrum „ATTIS”	Jubileusz 40-lecia działalności medycznej Centrum „ATTIS”	<p><u>Przed jubileuszem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia personalizowane-skierowane do 350 osób</li> <li>- Podkreślenie jubileuszu na stronie internetowej Centrum „ATTIS”</li> </ul> <p><u>W trakcie jubileuszu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konferencja z przedstawicielami najważniejszych klientów Centrum „ATTIS” - prezentacja wizualna</li> <li>- Wystawa fotograficzna historii firmy.</li> <li>- Festyn plenerowy- ulotki, plakaty informacyjne, dekoracja miejsca balonami z logo „ATTIS”.</li> <li>- Biała sobota – plakaty informacyjne, dekoracja miejsca balonami z logo "ATTIS" rozwieszon w siedzibie i filiach.</li> </ul> <p><u>Po jubileuszu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja z uroczystości na stronie internetowej Centrum „ATTIS”</li> </ul>	Promocja firmy	<p>14 – 15 października 2011r. Siedziba firmy</p> <p>Siedziba firmy, foyer Teatru Wielkiego Część parkowa siedziby firmy</p>	53 000 zł
------	-----------------	---	---	----------------	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

1. Konferencja połączona z prezentacją działalności firmy, osiągnięciami i planami strategicznymi oraz panel dyskusyjny.
2. Oficjalna uroczystość jubileuszowa w Sali Teatru Wielkiego – wystąpienia Dyrektora oraz gości, wręczenie odznaczeń państwowych i resortowych ochrony zdrowia zasłużonym pracownikom Centrum „ATTIS”
3. Na zakończenie zaplanowana jest część artystyczna – spektakl.
4. Dwudniowa wystawa fotograficzna poświęcona historii i najwybitniejszym postaciom mającym wkład w rozwój firmy zorganizowana w Sali konferencyjnej Centrum „ATTIS” i przeniesiona do foyer Teatru Wielkiego.
5. W części parkowej Centrum „ATTIS” zorganizowany zostanie festyn dla pracowników i ich rodzin. W programie przewidziano także gry i zabawy dla najmłodszych. W ramach festynu

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

<b>2.2b</b>	Centrum „ATTIS”	Kolejna edycja kalendarzy firmowych	Rozesłanie kalendarzy do najważniejszych klientów Centrum ATTIS”, instytucji, urzędów państwowych oraz współpracujących firm	Rozpowszechnienie informacji o działalności Centrum „ATTIS	wrzesień 2011r.	8 000 zł
-------------	-----------------	-------------------------------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Uwzględnienie w treści i formie kalendarza jubileuszu 40-lecia działalności medycznej Centrum oraz aktualnych danych teleadresowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w treści kalendarza, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>2.2c</b>	Centrum „ATTIS”	Publikacja informacji na temat działalności Centrum „ATTIS”	Publikacja na stronach internetowych o zasięgu województwa mazowieckiego z potencjalnymi wykonawcami na podstawie umowy.	Prezentacja Centrum „ATTIS” w wydaniach książkowych oraz na stronie internetowej	marzec 2011r.	6 000 zł
			Publikacja w wydawnictwach książkowych oraz na stronach internetowych o zasięgu ogólnopolskim z potencjalnym wykonawcą w ramach umowy		sierpień 2011r.	6 000 zł

**OPIS DZIAŁANIA**

Informacja powinna zawierać logo Mazowsze, logo firmy, link, wizytówkę e-mail, mapę dojazdu, informacje w podziale na branże, szczególne uwzględnienie działalności medycyny pracy i chirurgii jednodniowej oraz spełniać warunki wyszukiwania po hasłach kluczowych w co najmniej 10-ciu wyszukiwarkach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w publikacji, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>2.2d</b>	Centrum „ATTIS”	Wykonanie materiałów informacyjnych	Teczki, ulotki- dystrybucja wśród klientów i pacjentów Centrum przez Poradnie Lekarskie Centrum.	Promocja Centrum „ATTIS”	kwiecień 2011r	10 000 zł
-------------	-----------------	-------------------------------------	--	--------------------------	----------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

- \* Ulotki i teczki firmowe promujące markę Mazowsze oraz działalność chirurgii jednodniowej.
- \* Teczki firmowe z szatą graficzną podkreślającą jubileusz 40-lecia Centrum „ATTIS”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>2.2e</b>	Centrum „ATTIS”	Organizacja festynu z okazji Dnia Dziecka	<u>Przed festynem:</u> - Plakaty informacyjne rozwieszone w siedzibie Centrum "ATTIS" przy ul. Górczewskiej 89 oraz w filiach - Informacja o festynie na stronie internetowej. - Dekoracja miejsca (balony z firmowym logo Centrum „ATTIS”) <u>W czasie festynu:</u> - gadżety i upominki - uczestnictwo w zorganizowanych podczas festynu imprezach <u>Po festynie:</u> - Relacja z obchodów Dnia Dziecka na stronie internetowej. - Ekspozycja w poczekalni Centrum „ATTIS” prac rysunkowych wykonanych przez dzieci	Promocja Centrum Opieki nad Rodziną	28 maja 2011 r. Poradnia Centrum Opieki nad Rodziną	10 750 zł
-------------	-----------------	---	---	-------------------------------------	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

1. Festyn organizowany dla dzieci, rodziców i opiekunów pod hasłem „Zdrowa Rodzina w Centrum”.
2. Prelekcja lekarza pediatry na temat aspektów opieki zdrowotnej nad najmłodszymi uwzględniająca nowe koncepcje kompleksowej i przyjaznej rodziny formy troski o zdrowie, przeznaczona dla rodziców i opiekunów.
3. W tym czasie opieka nad najmłodszymi w zorganizowanej formie: gry, konkursy z nagrodami (każde dziecko biorące udział otrzymuje upominek) i dyplomami uznania.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM. Proponowany jest kontakt z Wydziałem Marketingu Terytorialnego w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki lub Departamentem Zdrowia w celu rozważenia przygotowania stoiska promocyjnego Mazowsza.

2.2f Centrum „ATTIS”	Konferencja z udziałem zaproszonych gości z przedstawicielami Niemieckiej Kasy Chorych	<p><u>Przed konferencją:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Przygotowanie materiałów promocyjnych Centrum „ATTIS” (m.in. informacja w języku niemieckim przedłożona w teczce firmowej)</li> </ul> <p><u>W trakcie konferencji:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezentacja wizualna działalności firmy</li> </ul> <p><u>Po konferencji:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie internetowej Centrum „ATTIS”</li> </ul>	Promocja zagraniczna	październik 2011 r.	2 000 zł
----------------------	--	--	----------------------	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Odnowienie kontaktu z Niemiecką Kasą Chorych w Berlinie. Wzajemna prezentacja rozwiązań systemowych w ochronie zdrowia. Panel dyskusyjny polegający na wzajemnej wymianie doświadczeń z zakresu opieki zdrowotnej. Celem konferencji będzie rozważenie możliwości ewentualnej współpracy w zakresie wykonywania świadczeń na rzecz niemieckich pacjentów oraz zaprezentowanie „ścieżki pacjenta” w formie oprowadzenia po kompleksie medycznym Centrum „ATTIS”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

2.2g	Centrum „ATTIS”	Materiały informacyjne dotyczące działalności medycznej Centrum „ATTIS” w języku angielskim i niemieckim	Ulotki	Propagowanie informacji o działalności Centrum „ATTIS” za granicami kraju	listopad 2011 r.	5 000 zł
------	-----------------	--	--------	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Nowelizacja ulotek i rozesłanie do Towarzystw Ubezpieczeniowych

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

2.2h	Centrum „ATTIS”	Publikacja „Województwo Mazowieckie-Gospodarka”	Prezentacja firmy	Promocja firmy	styczeń 2011 r.	6 000 zł
------	-----------------	---	-------------------	----------------	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Źródło wiedzy o działalności Centrum „ATTIS” dla potencjalnych klientów i pacjentów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w publikacji, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(2.3) Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Siedlcach**

<b>2.3a</b>	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Siedlcach	„e-Platforma medyczna dla mieszkańców subregionu siedleckiego”	<ul style="list-style-type: none"><li>* ogłoszenia prasowe, radiowe i telewizyjne</li><li>* naklejki informacyjne</li><li>* informacje na stronie internetowej szpitala</li><li>* kampania informacyjna, podsumowująca zakończenie projektu</li><li>* tablica pamiątkowa</li></ul>	Upowszechnienie informacji o realizacji projektu współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 oraz ze środków budżetu województwa mazowieckiego	2011 rok	29 990 zł
-------------	--	--	--	--	----------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt jest skierowany do mieszkańców subregionu siedleckiego. Jego celem jest zwiększenie dostępności do usług medycznych. Projekt zakłada stworzenie systemu elektronicznej rezerwacji dostępu do usług medycznych, stworzenie systemu identyfikacji pacjentów (elektronicznej tożsamości e-ID) służącego do szybkiej i bezpiecznej identyfikacji tożsamości pacjenta korzystającego z tradycyjnych usług medycznych lub e-usług typu rezerwacja on-line, terminu wizyty u lekarza, pobranie drogą elektroniczną wyników badań czy też medyczna konsultacja on-line.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na portalu e-Platforma oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

<b>2.3b</b>	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Siedlcach	Dodatek edukacyjno-promocyjny do lokalnej gazety „Tygodnik Siedlecki”	Ogłoszenia w prasie w postaci 4 stron reklamowych	Działania edukacyjno-promocyjne w oparciu o działalność statutową szpitala	I, II, III, IV kwartał 2011 r. (4 wydania ciągu roku)	ok. 20 000 zł
-------------	--	---	---	--	---	---------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Dodatek tematyczny skupiający się na profilaktyce i edukacji zdrowotnej skierowany do mieszkańców Siedlec i okolicznych powiatów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w ogłoszeniach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



**(2.4) Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie**

<b>2.4a</b>	Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie	III Sympozjum „KARDIOLOGIA INTERDYSCYPLINARNIE” Uczestnicy : 150 lekarzy z całej Polski	Informacja na stronie <a href="http://www.cemed.pl">www.cemed.pl</a> -Informacja na stronie <a href="http://www.szpitalciechanow.com.pl">www.szpitalciechanow.com.pl</a> - Plakaty informacyjne - Indywidualne zaproszenia - Relacja z Sympozjum w mediach lokalnych i prasie medycznej	Wymiana wiedzy i doświadczeń w interdyscyplinarnym leczeniu chorób kardiologicznych	maj 2011 r. Muzeum Romantyzmu w Opinogórze koło Ciechanowa	Koszty ponoszą uczestnicy Sympozjum
-------------	--	--	---	---	---	-------------------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Sympozjum „Kardiologia Interdyscyplinarnie” jest cykliczną imprezą edukacyjną organizowaną przez Firmę CEMED i Komitet Organizacyjny złożony z lekarzy pracujących w Specjalistycznym Szpitalu Wojewódzkim w Ciechanowie. Sympozjum odbywające się pod patronatem naukowym konsultantów krajowych jest jedynym w swoim rodzaju forum wymiany wiedzy i doświadczeń dotyczących kardiologii. Poprzednie Sympozja poświęcone były leczeniu schorzeń kardiologicznych u kobiet w ciąży oraz problematyce zabiegowej u pacjentów z obciążeniami kardiologicznymi. W ramach Sympozjum prowadzone są wykłady i panele dyskusyjne.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>2.4b</b>	Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie	Program SZKOŁA PROMOCJI ZDROWIA	Realizacja modułów (wykłady) : promocja zdrowia, homeostaza, pierwsza pomoc przedmedyczna, uzależnienia, żywienie, mikrobiologia, psychologia	Kształtowanie postaw prozdrowotnych wśród młodzieży województwa mazowieckiego	styczeń-grudzień 2011 r.	140 000 zł
-------------	--	---------------------------------	---	---	--------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Program „Szkoła Promocji Zdrowia” realizowany w Specjalistycznym Szpitalu Wojewódzkim w Ciechanowie adresowany jest do młodzieży w wieku 16-19 lat I i II Liceum Ogólnokształcącego w Ciechanowie. W ramach realizacji programu młodzież uczestniczy w zajęciach na terenie szpitala. Dla każdej klasy zaplanowano 72 godziny zajęć. Uczniowie będą w maju 2010r. uczestniczyć w Olimpiadzie Szkół Promocji Zdrowia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

2.4c	Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie	Program SZPITAL PRZYJAZNY KOMBATANTOM, skierowany do ok. 3500 osób : Kombatantów i ich współmałżonków mieszkających w rejonie Ciechanowa	Indywidualne rozmowy z liderami ciechanowskich środowisk Kombatanckich - Zaproszenia dla Kombatantów na imprezy prozdrowotne - Informacja o zasadach realizacji programu na stronie <a href="http://www.szpitalciechanow.com.pl">www.szpitalciechanow.com.pl</a> - Wywieszki informacyjne na terenie szpitala - Informowanie społeczności lokalnej, za pośrednictwem lokalnych mediów, o zasadach udzielania świadczeń zdrowotnych osobom uprawnionym. - Coroczna sprawozdawczość.	Umożliwienie Kombatantom korzystania poza kolejnością ze świadczeń zdrowotnych - Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji programu i przywilejach kombatanckich	działania całoroczne	bez ponoszenia kosztów
------	--	--	---	--	----------------------	------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Od lutego 2009 roku Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie realizuje Program SZPITAL PRZYJAZNY KOMBATANTOM. W ramach programu zapewniamy kombatantom i osobom represjonowanym, ich współmałżonkom oraz wdowom i wdowcom po osobach uprawnionych dostęp poza kolejnością do wszystkich procedur medycznych oferowanych przez ciechanowski szpital. Zapraszamy również Kombatantów na imprezy promujące zdrowie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

**(2.5) Międzyleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie**

<b>2.5a</b>	Międzyleski Szpital Specjalistyczny w Warszawie	Uroczyste przekazanie do użytku nowo wybudowanego budynku, w ramach zadania WPI pn "Modernizacja budynku "F", Uczestnicy: 300 osób z terenu miasta Warszawa	<u>Przed uroczystością:</u> Informacja na stronie <a href="http://www.mssw.pl">www.mssw.pl</a> z realizacji Inwestycji. Zaproszenia personalizowane - skierowane do 400 osób. Zaproszenie mediów. <u>W czasie uroczystości:</u> Wykład o zakresie inwestycji oraz udziale Województwa Mazowieckiego. Uroczyste oddanie do użytkowania. Krótka informacja dla mediów lokalnych, regionalnych i fachowych	Rozpowszechnienie informacji o kolejnym podniesieniu standardu Szpitala oraz o mazowieckich projektach realizowanych w ramach WPI	20 grudnia 2011 r.	20 000 zł
-------------	---	---	--	---	--------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Uroczystość skierowana jest do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego z terenu Mazowsza oraz miasta Warszawa. W uroczystości zaproszony zostanie Marszałek Województwa Mazowieckiego, Wojewoda Mazowiecki, Prezydent m.st. Warszawa, przedstawiciele; Ministerstwa Zdrowia, NFZ-u, Izby Lekarskich, Departamentu Zdrowia, Departamentu Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji, Urzędu dzielnicy Wawer oraz innych jednostek i organizacji. W ramach uroczystości przewidziana jest prezentacja historii rozwoju szpitala od początku istnienia w strukturach Samorządu Województwa Mazowieckiego oraz prezentacja inwestycji pn "Modernizacja budynku "F", która obejmuje oddanie do użytku Przychodni Specjalistycznej Planowej Izby Przyjęć oraz nowego wejścia głównego do szpitala. Następnie uroczyste oddanie do użytku budynku, krótka informacja dla mediów

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

2.6 Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny						
2.6a	Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny	Realizacja projektu Szkoła Promocji Zdrowia dla XXLO im. Żeromskiego, Warszawa, ul. Platynowa 1. Uczestniczy: 97 uczniów	realizacja programu nauczanie przedmiotu „elementy wiedzy medycznej”, program zatwierdzony przez Kuratorium Oświaty nr KO/WK/403/33/95 - zajęcia z młodzieżą będą prowadzone w formie wykładów, seminariów, dyskusji panelowych, gier dydaktycznych, wzbogacone o ćwiczenia praktyczne, filmy tematyczne oraz wyjazdy studyjne. -w trakcie zajęć wykorzystywane będą nowoczesne metody dydaktyczne – fantomy, sprzęt audiowizualny - zakładka- promocja zdrowia- na stronie internetowej wscubarska.pl - koszulki Szkoły Promocji Zdrowia - udział w Olimpiadzie Młodzieży SPZ Województwa Mazowieckiego.	upowszechnienie wiedzy na temat prozdrowotnego stylu życia -kształtowanie odpowiedzialności za własne zdrowie -kształtowanie umiejętności rozumienia własnego rozwoju fizycznego, psychicznego i intelektualnego oraz pozytywnej jego stymulacji -prewencja uzależnień -nauka podstawowych	od 1 września 2010 r. do 30 czerwca 2011 r.	71 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Program „Szkoła Promocji Zdrowia” kształci liderów młodzieżowych promujących zdrowie wśród rówieśników w środowisku szkoły i miejscu zamieszkania. Młodzież zdobywa certyfikat z zakresu udzielania pierwszej pomocy przedlekarskiej. Uczestniczy w wyjazdowych warsztatach psychologicznych prowadzonych przez wykwalifikowanych psychologów. Uczniowie współorganizują festyny i kiermasze promujące zdrowy styl życia. Dzielą się swą wiedzą w zakresie udzielania pierwszej pomocy.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
2.6b	Wojewódzki Szpital Chirurgii Urazowej św. Anny	Czynne uczestnictwo Szpitala w organizacji „Mazowieckich Dni Chirurgicznych” Uczestniczy: ok. 400 osób	zaproszenia personalizowane dla ok. 150 osób - strona internetowa projektu w trakcie realizacji - plakaty informacyjne	Spotkanie chirurgów Mazowsza to przyjacielskie forum wymiany poglądów i doświadczeń mające na celu integrację środowiska chirurgicznego.	21-22 stycznia 2011 r. Hotel Ossa Rawa Mazowiecka	szpital nie ponosi kosztów
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Mazowieckie Dni Chirurgiczne odbywające się cyklicznie na przełomie roku zagościły na trwale w kalendarzu spotkań Chirurgów Mazowsza. Te spotkania naukowo-szkoleniowe z założenia poświęcone są podstawowym problemom ogólnochirurgicznym						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(2.7) Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku**

<b>2.7a</b>	Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku	Udział w Olimpiadzie Szkół Promocji Zdrowia	umieszczenie logotypu Marki Mazowsze na koszulkach	Zapoznanie z wizualizacją Marki Mazowsze	maj 2011 r.	700 zł
-------------	---------------------------------------	---	--	--	-------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie skierowane do uczestników Olimpiady Szkół Promocji Zdrowia. Polega na rozpowszechnieniu logotypu „Mazowsze”, co korzystnie wpływa na budowanie wizerunku oraz siły Marki.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów koszulek zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>2.7b</b>	Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku	Zakończenie roku szkolnego w Szkole Promocji Zdrowia	umieszczenie logotypu Marki Mazowsze na świadectwach ukończenia Szkoły Promocji Zdrowia	Zapoznanie z wizualizacją Marki Mazowsze	kwiecień 2011 r.	1 400 zł
-------------	---------------------------------------	--	---	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie skierowane do uczniów i nauczycieli III L.O. im. Marii Dąbrowskiej w Płocku. Polega na rozpowszechnieniu logotypu „Mazowsze”, co korzystnie wpływa na budowanie wizerunku oraz siły Marki.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

2.7c	Wojewódzki Szpital Zespolony w Płocku	Uroczyste otwarcie Szpitalnego Oddziału Ratunkowego <b>(zadanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Płocku)</b>	<u>Przed otwarciem:</u> - Tablice informacyjne z logotypem Marki Mazowsze umieszczone w Wojewódzkim Szpitalu Zespolonym w Płocku, - Zaproszenia spersonalizowane – skierowane do 200 osób. - Informacje o przedsięwzięciu na stronie internetowej <a href="http://www.wszplock.pl">www.wszplock.pl</a> <u>W trakcie uroczystości:</u> - Ekspozycja logotypu Marki Mazowsze <u>Po uroczystości:</u> - Relacja na stronie <a href="http://www.wszplock.pl">www.wszplock.pl</a>	Rozpowszechnienie informacji o mazowieckich projektach realizowanych ze środków województwa mazowieckiego	koniec 2011 r.	Finansowane ze środków europejskich oraz budżetu województwa mazowieckiego
------	---------------------------------------	--	---	---	----------------	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Uroczystość skierowana do mieszkańców miasta Płocka. W uroczystości w charakterze paneli stów weźmie udział m. in. przedstawiciel Ministerstwa Zdrowia oraz Marszałek Województwa Mazowieckiego. W ramach uroczystości zaplanowane są: prezentacje merytoryczne oraz prezentacja osiągnięć w ramach projektu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o konkursie a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

(2.8) Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr Józefa Psarskiego w Ostrołęce

2.8a	Samodzielny Zespół Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej im. dr Józefa Psarskiego w Ostrołęce	Badania profilaktyczne z zakresu chorób układu krążenia  Edukacja zdrowotna z zakresu chorób układu krążenia	Wykonanie pomiaru poziomu - cukru we krwi - cholesterolu - trójglicerydów oraz pomiar ciśnienia tętniczego i określenie wskaźnika BMI Badania zostaną zorganizowane dla mieszkańców Ostrołęki podczas „Białej Niedzieli”  Pogadanki, projekcje filmowe, rozdawnictwo ulotek, broszur, wystawa plakatów – dot. czynników ryzyka chorób układu krążenia. Edukacja połączona zostanie z profilaktyką podczas Białej Niedzieli”	Profilaktyka i edukacja dot. wczesnego wykrycia chorób układu krążenia. Priorytetem i celem naszych działań jest edukacja zdrowotna społeczeństwa w zakresie profilaktyki chorób układu krążenia. Organizacja „Białej Niedzieli” dla mieszkańców Ostrołęki będzie nagłośniona przez lokalne media (Tygodnik Ostrołęcki i Radio OKO). Jednocześnie będziemy prowadzić cykl audycji radiowych dot. czynników ryzyka chorób układu krążenia. Akcja zdrowotna będzie miała na celu zachęcić jak największą liczbę osób do uczestnictwa w badaniach profilaktycznych i edukacji zdrowotnej. Każdy z uczestników „Białej Niedzieli” otrzyma ulotkę lub broszurę z czynnikami chorób układu krążenia i pełną informację do dalszego leczenia specjalistycznego. Organizatorzy sporządzą listy osób uczestniczących w badaniach i z ich wynikami oraz edukacji podczas „Białej Niedzieli” Planujemy badania dla 200 osób:	marzec –kwiecień 2011 r.	ok. 9 400 zł
------	--	--	---	--	--------------------------	--------------

OPIS DZIAŁANIA

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM.

**(2.9) Krajowy Ośrodek Mieszkalno Rehabilitacyjny Dla Osób Chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku**

2.9a	Krajowy Ośrodek Mieszkalno Rehabilitacyjny Dla Osób Chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	Uczestnictwo w corocznej konferencji Rehabilitacji Stwardnienia Rozsianego - RIMS	podczas konferencji planujemy utworzyć stanowisko KOMR w Dąbku reklamujące świadczone usługi wraz z informacją o samorządzie Województwa Mazowieckiego – jako instytucji finansującej i nadzorującej ośrodek działający na rzecz chorych na stwardnienie rozsiane; podczas prowadzenia stoiska planujemy rozdawać foldery reklamowe, albumy o Ośrodku a także wizytówki, kalendarze, materiały firmowe i gadżety reklamowe typu czapeczki, koszulki, breloczki etc.	Upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz potencjalnych chorych i chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek z zakresu neurologicznego schorzenia jakim jest stwardnienie rozsiane – w jednostce podległej Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Mazowieckiego	maj 2011 r.	ok. 9000 zł. (forma promocji uzależniona od pozyskania środków na ten cel)
------	--	---	---	--	-------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

promocja będzie prowadzona podczas przebiegu paneli dyskusyjnych i metodycznych na konferencji dot. zagadnień schorzenia stwardnienia rozsianego

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



2.9b	Krajowy Ośrodek Mieszkalno Rehabilitacyjny Dla Osób Chorych na Stwardnienie Rozsiane w Dąbku	Wyjazd szkoleniowo-informacyjny do Haldensleben	podczas wyjazdu szkoleniowo-informacyjnego planujemy reklamować działalność KOMR w Dąbku reklamując świadczone usługi wraz z informacją o samorządzie Województwa Mazowieckiego – jako instytucji finansującej i nadzorującej ośrodek działający na rzecz chorych na stwardnienie rozsiane; podczas spotkań z samorządowcami oraz władzami miasta Haldensleben planujemy rozdawać foldery reklamowe, albumy o Ośrodku a także wizytówki, kalendarze, materiały firmowe i reklamowe typu czapeczki, koszulki, breloczki etc.	Upowszechnienie wśród społeczności zdrowej oraz potencjalnych chorych i chorych na stwardnienie rozsiane możliwości rehabilitacji w KOMR Dąbek z zakresu neurologicznego schorzenia jakim jest stwardnienie rozsiane – w jednostce podległej Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Mazowieckiego	maj, listopad 2011 r.	ok. 7000 zł. (forma promocji uzależniona od pozyskania środków na ten cel)
------	--	---	---	--	-----------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

promocja będzie prowadzona podczas szkoleń i wymiany poglądów nt. sposobów leczenia SM (stwardnienia rozsianego) oraz podczas spotkań z samorządowcami z terenu Haldensleben; przedmiotowe foldery informacyjne zostaną także przekazane do Ośrodków zajmujących się leczeniem schorzeń neurologicznych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(2.10) Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej**

2.10a	Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej	Konferencja dwudniowa otwierająca projekt systemowy 7.1.3 PO KL realizowany przez MCPS	Przed konferencją: - Informacja rozesłana do jednostek organizacyjnych pomocy społecznej Mazowsza, - Zaproszenia spersonalizowane do 150 osób, - Strona internetowa projektu,	Rozpowszechnienie informacji o projekcie oraz propagowanie aktywnej integracji na Mazowszu	I kwartał 2011 r.	100 000 zł
-------	---	--	--	--	-------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja regionalna skierowana do przedstawicieli jednostek organizacyjnych pomocy społecznej, instytucji rynku pracy, władz samorządowych oraz służb społecznych z terenu Mazowsza. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny, przedstawienie dobrych praktyk z zakresu aktywnej integracji w województwie mazowieckim, Konferencja ma przedstawić dotychczas realizowane projekty oraz ma być formą wymiany doświadczeń jednostek realizujących projekty systemowe na Mazowszu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

2.10b	Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej	Konferencja dwudniowa zamykająca projekt systemowy 7.1.3 PO KL realizowany przez MCPS	Przed konferencją: - Informacja rozesłana do jednostek organizacyjnych pomocy społecznej Mazowsza, - Zaproszenia spersonalizowane do 200 osób, - Strona internetowa projektu,	Rozpowszechnienie informacji o projekcie oraz propagowanie aktywnej integracji na Mazowszu	IV kwartał 2011 r.	150 000 zł
-------	---	---	--	--	--------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja regionalna skierowana do przedstawicieli jednostek organizacyjnych pomocy społecznej, instytucji rynku pracy, władz samorządowych oraz służb społecznych z terenu Mazowsza. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny, przedstawienie dobrych praktyk z zakresu aktywnej integracji w województwie mazowieckim, Konferencja ma przedstawić dotychczas realizowane projekty oraz ma być formą wymiany doświadczeń jednostek realizujących projekty systemowe na Mazowszu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

2.10c	Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej	Kampania społeczna „Porozumienie dla trzeźwości”	<p>1. Opracowanie i wydanie materiałów merytorycznych w postaci książek, broszur i ulotek nt.profilaktyki uzależnienia od alkoholu i zdrowego stylu życia.</p> <p>2. Wykonanie i stałe aktualizowanie strony internetowej <a href="http://www.porozumienie-dla-trzezwosci.pl">www.porozumienie-dla-trzezwosci.pl</a></p> <p>3. Organizacja koncertów profilaktycznych głównie w kościołach i w plenerze.</p> <p>4. Współorganizacja profilaktycznych imprez sportowych wraz ze stowarzyszeniami abstynenckimi i gminami.</p> <p>5. Przygotowanie i emisja spotów radiowych w lokalnych rozgłośniach na terenie Mazowsza .</p> <p>Ponadto włączamy się w organizację imprez o charakterze profilaktyczno-artystycznym, gdzie uczestniczy młodzież i dorośli mieszkańcy Mazowsza,</p>	Promocja zdrowego stylu życia bez alkoholu, zmniejszenie liczby konsumentów alkoholu, wsparcie dla instytucji promujących trzeźwość.	I.2011 - XII.2011 r.	430 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
<b>X</b>						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o wydarzeniu a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej oraz z Biurem Prasowym UMWM w celu wykorzystania wydarzenia do działań wizerunkowo-promocyjnych.

**(2.11) Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu**

2.11a	Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Radomiu	Program „Szkoła Promocji Zdrowia”	<p>Wykłady - zajęcia odbywają się w blokach 90 min 2 razy w tygodniu dla uczniów uczestniczących w Programie Szkoły Promocji Zdrowia wg programu Szkoły Promocji Zdrowia stanowiącego załącznik nr 1 do umowy.</p> <p>Konferencje - organizowane co kwartał dla młodzieży uczestniczącej w Programie Szkoły Promocji Zdrowia oraz dla uczniów ze szkół z którymi współpracujemy (do 300 osób). Tematyka konferencji obejmuje zagadnienia z zakresu profilaktyki i promocji zdrowia.</p> <p>Wycieczki edukacyjno-krajoznawcze – organizowane tylko dla młodzieży uczestniczącej w Programie Szkoły Promocji Zdrowia. Wycieczki inicjowane i realizowane są przez Koordynatora i Opiekuna medycznego Szkoły Promocji Zdrowia dla uzupełnienia obowiązującego programu nauczania.</p>	<p>Upowszechnienie wiedzy na temat prozdrowotnego stylu życia. Kształtowanie umiejętności rozumienia własnego rozwoju fizycznego, psychicznego i intelektualnego oraz pozytywnej stymulacji własnego rozwoju. Upowszechnienie wiedzy o prawach pacjenta w szpitalu, idei "otwartego szpitala". Rozwijanie zainteresowań ekologią, polityką społeczną i zdrowotną, medycyną, pogłębianie wiedzy pod kątem wymagań na egzaminach wstępnych na uczelniach medycznych. Kształtowanie umiejętności umożliwiających właściwe zachowanie zdrowotne, ich zmianę, radzenia sobie w nagłych sytuacjach np. ciężka choroba. Umożliwienie młodzieży kontaktu z wykładowcami wysokiej rangi, posiadających olbrzymią wiedzę, a tym samym będących autorytetem w swojej dziedzinie naukowej. Rozwijanie postawy badawczej uczniów i ich pomysłowości, samodzielności w działaniu oraz wrażliwości na potrzeby drugiego człowieka. Kształtowanie umiejętności rozumienia własnego rozwoju fizycznego, psychicznego i intelektualnego. Wzmocnienie rozwoju działań mających na celu zabezpieczyć społeczne potrzeby młodzieży. Poszerzenie wiedzy z różnych dziedzin życia społecznego, gospodarczego i kulturalnego. Upowszechnienie zasad środowiska naturalnego oraz umiejętności korzystania z zasobów przyrody. Poznawanie zasad bezpiecznego zachowania się w różnych sytuacjach. Upowszechnienie formy aktywnego wypoczynku, przeciwdziałanie patologii społecznej.</p>	styczeń- grudzień 2011 r.	70 125 zł.
-------	--	-----------------------------------	--	--	---------------------------------	------------

## OPIS DZIAŁANIA

### Wykłady:

1. Ustalenie z Dyrekcją szkół biorących udział w Programie Szkoły Promocji Zdrowia terminu zajęć.
2. Dostosowanie tematyki wykładów do programu realizowanego przez młodzież w szkole na lekcjach biologii i chemii.
3. Pozyskanie wykładowcy specjalisty z zakresu realizowanego zagadnienia.
4. Zorganizowanie miejsca i materiałów pomocniczych do zrealizowania wykładów.

### Konferencje:

1. Organizacja konferencji na terenie Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego w Radomiu ( aula )
  2. Skierowanie zaproszeń dla Dyrekcji szkół, młodzieży oraz nauczycieli.
  3. W ramach konferencji zaplanowane są:
    - a) prezentacje merytoryczne z różnymi formami prezentacji multimedialnych;
    - b) panele dyskusyjne dla wszystkich uczestników;
- c) warsztaty (tylko dla uczniów Szkoły Promocji Zdrowia, gdzie wykładowcy prowadzą z uczestnikami rozmaite formy ćwiczeń pomagających lepiej zapoznać się z nową tematyką).

### Wycieczki edukacyjno-krajoznawcze:

1. Opracowanie z udziałem uczestników szczegółowego programu i harmonogramu wycieczki.
2. Skompletowanie wszystkich dokumentów oraz uzyskanie zgody Dyrektora szkoły na zorganizowanie wycieczki.
3. Zapoznanie z zasadami bezpieczeństwa uczestników wycieczki.
4. Określenie zadań dla opiekunów wycieczki.
5. Zapewnienie warunków do całkowitej realizacji wycieczki i jej programu.
6. Organizacja transportu, wyżywienia i noclegu.
7. Dysponowanie środkami finansowymi przeznaczonymi na wycieczkę.
8. Dokonanie z uczestnikami oceny przebiegu wycieczki, sporządzenie sprawozdania merytorycznego i finansowego.

## **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

### Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

(2.12) Mazowieckie Specjalistyczne Centrum Zdrowia im. prof. Jana Mazurkiewicza w Pruszkowie						
<b>2.12a</b>	Mazowieckie Specjalistyczne Centrum Zdrowia im. prof. Jana Mazurkiewicza w Pruszkowie	Działania pomocyjne związane będą z zadaniami realizowanymi przy udziale Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Priorytetu VII „Tworzenie i poprawa warunków dla rozwoju kapitału ludzkiego”, Działania 7.1 „Infrastruktura służąca ochronie zdrowia i życia”, Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013. Działania promocyjne będą prowadzone w oparciu o tradycję medyczną, historyczną oraz architektoniczną miejsca	W trakcie realizacji projektów działania promocyjne będą obejmowały rozmieszczenie na terenie Centrum tablic informacyjnych zaopatrzonych w logo projektu oraz logo Województwa Mazowieckiego, dokumenty związane z projektem zostaną zaopatrzone w logo projektu oraz logo Województwa Mazowieckiego, informacje o projekcie będą umieszczone na stronach internetowych Centrum, organu założycielskiego oraz Miasta Pruszkowa, ponadto informacje o projekcie będą podawane do wiadomości w prasie lokalnej.	Celem podejmowanych działań będzie rozpowszechnianie informacji o mazowieckich projektach realizowanych przy udziale Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013	cały okres realizacji projektów pod nazwą „Kompleksowa modernizacja Oddziału Przyjęciowego z Izłą Przyjęć” oraz „Przystosowanie budynku gospodarczo – technicznego na cele medyczne (etap pierwszy), utworzenie Centrum Radiologii oraz Oddziału Ogólnopsychiatrycznego”	2 000 zł

**OPIS DZIAŁANIA**

Powyższe działania będą prowadzone przez cały okres realizacji obu projektów. Działania te będą skierowane do mieszkańców województwa mazowieckiego, celem poinformowania o prowadzonych inwestycjach oraz bieżących potrzebach Centrum. Oba projekty są częścią programu modernizacji Centrum, największego i najstarszego ośrodka psychiatrycznego w Polsce. Celem podejmowanych działań jest sprostanie potrzebom leczniczo – terapeutycznym mieszkańców Mazowsza.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(3) Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich**

<b>3a</b>	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Konkurs o Laur Marszałka Województwa Mazowieckiego.	Na etapie ogłoszenia konkursu: - Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, - informacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> . Podczas uroczystości finałowej: -Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach. Po zakończeniu konkursu: - Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> .	Celem konkursu jest wyłonienie i nagrodzenie producentów wyróżniających się wysoką jakością produkcji, kultywowaniem i popularyzowaniem mazowieckiej tradycji kulinarnej, a także oryginalnością w podejściu do tematu żywności i przetwórstwa.	Uroczystość finałowa - kwiecień 2011 r., Warszawa.	50 000 zł
-----------	--	---	--	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Mając na uwadze potrzebę promowania produktów żywnościowych wytwarzanych przez mazowieckich producentów żywności Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich jest organizatorem konkursu na najlepszy produkt. Konkurs zaplanowany został z myślą o jak najszerszym gronie producentów żywności z terenu Województwa Mazowieckiego. Skierowany jest do firm sektora spożywczego oraz do indywidualnych producentów i wytwórców. Szeroka formuła konkursu pozwala na zainteresowanie nim nie tylko firm komercyjnych, ale także podmiotów i organizacji zajmujących się wytwarzaniem żywności na mniejszą skalę, takich jak: koła gospodyń wiejskich, stowarzyszenia, gospodarstwa agroturystyczne, gospodarstwa ekologiczne, osoby fizyczne, które mogą udokumentować swoją działalność posiadanymi certyfikatami, dyplomami, zaświadczeniami lub innymi dokumentami np. potwierdzającymi prezentację produktu na różnego rodzaju targach, wystawach, lokalnych imprezach itp.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3b	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Dożynki Województwa Mazowieckiego Uczestnicy: ok. 3000 osób z terenu całego Mazowsza.	Przed dożynkami: - Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, - Zaproszenia personalizowane – skierowane do ok. 1500 Osób, - informacja na stronie www.mazovia.pl . W trakcie dożynek: - Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach, - Wystawa fotografii z Mazowsza. Po dożynkach: - Relacja na stronie www.mazovia.pl .	Celem imprezy jest podtrzymanie tradycji dożynek oraz kultywowanie i popularyzacja najbardziej wartościowych tradycji regionalnych.	ostatni weekend sierpnia 2011 r.	100 000 zł
----	--	--	---	---	----------------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Przedsięwzięcie promocyjne-wewnątrz regionalne skierowane do mieszkańców Mazowsza. W dożynkach w charakterze gości udział wezmą przedstawiciele administracji rządowej i samorządowej województwa, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciele poszczególnych departamentów Urzędu.  
W ramach dożynek odbędzie się pokaz wieńców dożynkowych oraz koszy z płodami rolnymi, zorganizowane zostaną liczne prezentacje o tematyce rolniczej jak również stoiska informacyjno-doradcze. Dożynkom towarzyszyć będzie również bogata oprawa artystyczna, m.in. występy zespołów ludowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3c	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Fruit Logistica	Przed targami: - informacja na stronie www.mazovia.pl . W trakcie targów: - Stoisko wystawiennicze Województwa Mazowieckiego (Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach oraz obligowanie na elementach zabudowy stoiska). Po targach: - Relacja na stronie www.mazovia.pl .	Zaprezentowanie oferty produktowej, promocja potencjału Mazowsza oraz budowanie wizerunku regionu.	9-11 lutego 2011 r., Berlin	89 000 zł
----	--	-----------------	---	--	-----------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

To najważniejsze wydarzenie handlowe dla branży owocowo-warzywnej w Europie. Na targach prezentowane są owoce i warzywa w przekroju całego łańcucha produkcji. Główną część ekspozycji stanowią świeże owoce i warzywa. Wystawiane są również suszone owoce, przyprawy, zioła, żywność ekologiczna i kwiaty. Ponadto na targach prezentowany jest sprzęt do produkcji oraz przetwarzania owoców i warzyw. Stoisko Samorządu Województwa Mazowieckiego organizowane jest na polskiej ekspozycji koordynowanej przez Związek Sadowników RP w Polsce.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3d	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	XXII Międzynarodowe Targi Przemysłu Rolniczego AGRO 2011.	<p>Przed targami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> .</li> </ul> <p>W trakcie targów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stoisko wystawiennicze Województwa Mazowieckiego (Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach oraz obligowanie na elementach zabudowy stoiska).</li> </ul> <p>Po targach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> .</li> </ul>	Zaprezentowanie oferty produktowej, promocja potencjału Mazowsza oraz budowanie wizerunku regionu.	czerwiec 2011 r., Ukraina-Kijów (organizatorzy nie podają jeszcze dokładnego terminu targów)	100 000 zł
----	--	---	---	--	--	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizatorami XXII Międzynarodowych Targów AGRO 2011 są:  
 Ministerstwo Polityki Rolnej Ukrainy; Ministerstwo Polityki Przemysłowej Ukrainy; Ukraińska Akademia Nauk Rolniczych i Ukraińskie Centrum Informacyjno-Wystawiennicze.  
 W 2009 r. w targach uczestniczyło 2000 przedsiębiorstw z Ukrainy oraz 233 zagranicznych wystawców, którzy na 60 tys. m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycyjnej zaprezentowały swoją ofertę. W ciągu 4 dni wystawę odwiedziło ponad 350 tys. gości z kraju i za granicą. Bogaty program targów przerodził wystawę w prawdziwy biznes forum, podczas którego w obecności ukraińskich i zagranicznych ministerstw, ambasad, asocjacji i przedsiębiorstw zorganizowano liczne konferencje, seminaria, spotkania poświęcone tematyce rolnictwa. O randze targów świadczy obecność ważnych osobistości państwa w osobie prezydenta i wiceprezydenta, ministra rolnictwa Ukrainy. Wśród oficjalnych gości był obecny również Wiceminister Rolnictwa i Rozwoju Wsi RP.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
 Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.  
 W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3e	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Międzynarodowe Targi POLAGRA FOOD-„Smaki Regionów”.	Przed targami: - informacja na stronie www.mazovia.pl . W trakcie targów: - Stoisko wystawiennicze Województwa Mazowieckiego (Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach oraz obligowanie na elementach zabudowy stoiska). Po targach: - Relacja na stronie www.mazovia.pl .	Zaprezentowanie oferty produktowej, promocja potencjału Mazowsza oraz budowanie wizerunku regionu.	12-15 września 2011 r., Poznań	20 000 zł
----	--	---	---	--	--------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizowana w trakcie trwania Międzynarodowych Targów Polagra Food prezentacja „Smaki Regionów” to wyjątkowa ekspozycja, dedykowana producentom i smakoszom regionalnej, tradycyjnej i ekologicznej żywności. W trakcie targów można spróbować regionalnych specjałów wytwarzanych od lat według oryginalnych receptur, w różnych, nawet tych najbardziej odległych, zakątkach naszego kraju. Swoje unikatowe wyroby prezentują liczni mali, lokalni przetwórcy i producenci. Gospodarzami wystawy są poszczególne województwa. Ekspozycję urozmaicają pokazy sztuki ludowej, tradycyjnego rzemiosła, rękodzieła oraz prezentacja oferty gospodarstw agroturystycznych. Mazowsze uczestniczy w targach od 2006 r.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3f	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	V Mazowiecki Kongres Rozwoju Obszarów Wiejskich	<p>Przed kongresem :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia imienne gości około 350;</li> <li>- informacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl</li> </ul> <p>Podczas kongresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach.</li> </ul> <p>Po zakończeniu kongresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl</li> </ul>	Celem imprezy jest wymiana doświadczeń i dobrych praktyk w zakresie dotychczasowych działań samorządowych na terenach wiejskich, jak również omówienie kierunków rozwoju obszarów wiejskich po 2013 r.	III kwartał 2011 r.	80 000 zł
----	--	---	---	--	---------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

V Mazowiecki Kongres Rozwoju Obszarów Wiejskich jest imprezą przeznaczoną dla samorządowców z gmin i powiatów z terenu Województwa Mazowieckiego oraz dla zaproszonych gości z innych Województw. Organizacja V Mazowieckiego Kongresu Rozwoju Obszarów Wiejskich wpisuje się w realizację założeń Planu Działania Sekretariatu Regionalnego KSOW w Województwie Mazowieckim na lata 2010-2011 – zgodnie z działaniem: „Identyfikacja i analiza możliwych do przeniesienia dobrych praktyk w zakresie rozwoju obszarów wiejskich oraz przekazywanie informacji na ich temat”. Środki na realizację kongresu pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007-2013.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3g	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Konkurs „Przyjazna Wieś”	<p>Przed konkursem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego,</li> <li>- informacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl</li> </ul> <p>W trakcie finału konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> </ul> <p>Po konkursie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl</li> </ul>	Celem konkursu jest promocja innowacyjnych i efektywnych projektów o charakterze infrastrukturalnym o zasięgu lokalnym, regionalnym lub transgranicznym, sfinansowanych ze środków funduszy europejskich.	II-III kwartał 2011 r.	30 000 zł
----	--	--------------------------	---	---	------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizatorem konkursu jest Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich. Konkurs „Przyjazna wieś” wpisuje się w Plan Działania Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w Województwie Mazowieckim na lata 2010-2011 i wpłynie na poprawę identyfikacji i analizy dobrych praktyk na obszarach wiejskich na Mazowszu. Konkurs realizowany będzie w dwóch etapach – regionalnym i krajowym. Zwycięskie projekty wyłonione w etapie regionalnym, wezmą udział w etapie ogólnopolskim, zaś projekt, który zdobędzie pierwsze miejsce w etapie ogólnopolskim zostanie zaprezentowany na międzynarodowej konferencji jako przykład dobrych praktyk realizowanych na terenach wiejskich w Polsce. Środki na realizację konkursu pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007-2013.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3h	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Gadżety promocyjne KSOW	Opracowanie projektu gadżetów zgodnie z SIWZ i przesłanie ich do akceptacji Biura Marki i Wizerunku, przed ostateczną realizacją	Promowanie regionu i Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich	II kwartał 2011 r.	60 000 zł
----	--	-------------------------	--	--	--------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wykonanie i dostawa gadżetów promocyjnych KSOW wpisuje się w realizację założeń Planu Działania Sekretariatu Regionalnego KSOW w Województwie Mazowieckim na lata 2010-2011 – zgodnie z działaniem: „Zarządzanie siecią”. Powyższe materiały zostaną rozpowszechnione na spotkaniach, szkoleniach, konferencjach odbywających się na terenie Województwa Mazowieckiego, w celu promocji i przekazania informacji o Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich i regionie. Rodzaje i ilości prezentowanych materiałów promocyjnych, zostaną wybrane z myślą o jak najszerszym dotarciu do partnerów i potencjalnych partnerów KSOW. Środki na realizację zamówienia pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007-2013.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w gadżetach promocyjnych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki **już na etapie formułowania SIWZ**, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

3i	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich	Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL 2011	Przed targami: - informacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl W trakcie targów: - Stoisko wystawiennicze Województwa Mazowieckiego (Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach - Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz mazowieckie.ksow.pl	Zaprezentowanie oferty turystyki wiejskiej, agroturystyki i produktów lokalnych z Mazowsza, budowanie wizerunku regionu.	15-17 kwietnia 2011 r.	10 000 zł
----	--	--	---	--	------------------------	-----------

## OPIS DZIAŁANIA

Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL to wydarzenie na skalę ogólnopolską – spotkanie wszystkich polskich regionów oraz kilkanaście wydarzeń towarzyszących. Ta specjalistyczna impreza promuje agroturystykę i produkty lokalne. Udział w targach wpisuje się w realizację założeń Planu Działania Sekretariatu Regionalnego KSOW w Województwie Mazowieckim na lata 2010-2011: „Przeniesienie dobrych praktyk oraz projektów innowacyjnych oraz organizacja wymiany doświadczeń i „know-how”. Środki na organizację stoiska wystawienniczego pochodzą ze Schematu III Pomocy Technicznej PROW 2007-2013.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*



**(3.1) Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce - (działania tej jednostki zostały zgłoszone przez DELEGATURĘ UMWM w OSTROŁĘCE)**

3.1a	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce	IMPREZA Wystawa Zwierząt Hodowlanych „Święto Mleka”, Płoniawy Bramura  Uczestnicy: rolnicy i mieszkańcy obszarów wiejskich głównie powiatów; makowskiego, ostrołęckiego, przasnyskiego, ciechanowskiego, ostrowskiego. Około 3000 uczestników.  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b>	<u>Przed imprezą:</u> - Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych na wsi, itp. - Zaproszenia personalizowane – ok. 150 osób - Strona miesięcznika „Wieś Mazowiecka”, strona internetowa <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> <u>W trakcie imprezy:</u> - Wystawa zwierząt hodowlanych - Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego - Stoisko informacyjne-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej - Wręczenie pucharów i nagród dla laureatów <u>Po imprezie:</u> - Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> - Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”	Rozpowszechnienie wiedzy nt. nowoczesnych technologii w rolnictwie ze szczególnym uwzględnieniem chowu bydła mlecznego.	30 maja 2011 r.	500 zł
------	---	---	--	---	-----------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.  
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

3.1b	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce	<p>IMPREZA „V Targi Ekologiczne” w Ostrołęce</p> <p>Uczestnicy: mieszkańcy głównie miasta Ostrołęka i okolic. Około 4000 uczestników.</p> <p><b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b></p>	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych w mieście Ostrołęka i na wioskach, itp.</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – ok. 200 osób</li> <li>- Zaproszenia dla wystawców</li> <li>- Informacje nt. Targów w mediach ostrołęckich</li> <li>- Strona miesięcznika „Wieś Mazowiecka”, strona internetowa MODR, Starostwa i UM Ostrołęka</li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wystawa produktów i przetworów ekologicznych oraz promocja gospodarstw ekologicznych</li> <li>- Promocja gospodarstw agroturystycznych kurpiowszczyzny</li> <li>- Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</li> <li>- Stoisko informacyjne-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej</li> <li>- Konkurs wiedzy ekologicznej</li> <li>- Wręczenie nagród dla laureatów konkursu wiedzy ekologicznej</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> <li>- Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”</li> </ul>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. rolnictwa ekologicznego, przetwórstwa produktów ekologicznych, promocja gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych, promocja firm 'EKO'.	25 września 2011 r.	5 820 zł
------	---	---	---	--	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

3.1c	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce	<p>IMPREZA „Światowy Dzień Ziemi” w Ostrołęce</p> <p>Uczestnicy: mieszkańcy głównie miasta Ostrołęka i okolic. Około 3000 uczestników.</p> <p><b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b></p>	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia dla wystawców</li> <li>- Informacje nt. Targów w mediach ostrołęckich</li> <li>- Strona miesięcznika „Wieś Mazowiecka”, strona internetowa <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wystawa produktów i przetworów ekologicznych oraz promocja gospodarstw ekologicznych</li> <li>- Promocja gospodarstw agroturystycznych kurpiowszczyzny</li> <li>- Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</li> <li>- Stoisko informacyjne-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej</li> <li>- Konkurs wiedzy ekologicznej</li> <li>- Wręczenie nagród dla laureatów konkursu wiedzy ekologicznej</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> <li>- Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”</li> </ul>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. rolnictwa ekologicznego, przetwórstwa produktów ekologicznych, promocja gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych, promocja firm 'EKO'.	8 września 2011 r.	W ramach własnych środków we współpracy ze stowarzyszeniem „Ekomena”
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
<b>X</b>						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

3.1d	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce	IMPREZA „Święto Kukurydzy i Kurpiowskie Święto Mleka” w Dylewie gm. Kadzidło  Uczestnicy: rolnicy głównie powiatu ostrołęckiego. Około 1500 uczestników.  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b>	<u>Przed imprezą:</u> - Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych na wsi, itp. - Zaproszenia personalizowane – ok. 100 osób - Strona miesięcznika „Wieś Mazowiecka”, strona internetowa <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> <u>W trakcie imprezy:</u> - Wystawa różnych odmian mieszańców kukurydzy - Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego - Stoisko informacyjne-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej - Konkurs wiedzy rolniczej - Wręczenie nagród dla laureatów konkursu wiedzy rolniczej <u>Po imprezie:</u> - Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a> - Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”	Rozpowszechnienie wiedzy nt. nowoczesnych technologii w rolnictwie ze szczególnym uprzą kukurydzy jako podstawy przy chowie bydła	18 września 2011 r.	1 500 zł
------	---	--	--	---	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

3.1e	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce	<p>IMPREZA „Dni Kukurydzy” w Andrzejewie gm. Andrzejewo</p> <p>Uczestnicy: rolnicy głównie powiatu ostrowskiego. Około 1500 uczestników.</p> <p><b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b></p>	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych na wsi, itp.</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – ok. 100 osób</li> <li>- Strona miesięcznika „Wieś Mazowiecka”, strona internetowa <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wystawa różnych odmian mieszańców kukurydzy</li> <li>- Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</li> <li>- Stoisko informacyjne-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej</li> <li>- Konkurs wiedzy rolniczej</li> <li>- Wręczenie nagród dla laureatów konkursu wiedzy rolniczej</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> <li>- Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”</li> </ul>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. nowoczesnych technologii w rolnictwie ze szczególnym uprzą kukurydzy jako podstawy przy chowie bydła	21 sierpnia 2011 r.	2 700 zł
------	---	--	--	---	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

3.1f	Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego Oddział w Ostrołęce	<p>IMPREZA „Dni pola” w Kozłowie Stare gm. Somianka</p> <p>Uczestnicy: rolnicy głównie powiatu wyszkowskiego. Około 1500 uczestników.</p> <p><b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b></p>	<p><u>Przed imprezą:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w Urzędach Gmin, Starostw, MODR, tablicach informacyjnych na wsi, itp.</li> <li>- informacja w lokalnych mediach,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – ok. 800 osób</li> <li>- Strona miesięcznika „Wieś Mazowiecka”, strona internetowa <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> </ul> <p><u>W trakcie imprezy:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kolekcje odmian zbóż jarych, ozimych, ziemniaków, traw i kukurydzy</li> <li>- Wystawa wydawnictw Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego</li> <li>- Stoisko informacyjne-doradcze nt. PROW 2007-2013 oraz innej działalności rolniczej</li> </ul> <p><u>Po imprezie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.modr.mazowsze.pl">www.modr.mazowsze.pl</a></li> <li>- Fotoreportaż w miesięczniku „Wieś Mazowiecka”</li> </ul>	Rozpowszechnienie wiedzy nt. nowoczesnych technologii w rolnictwie oraz odnawialnych źródeł energii z pola	5 czerwca 2011 r.	X
------	---	---	--	--	-------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed i po imprezie.

**(4) Departament Środowiska**

4a	Departament Środowiska	Współpraca międzynarodowa - na podstawie programu współpracy z regionami Sztokholm i Uusimaa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zakup materiałów na potrzeby promocji województwa wśród partnerów zagranicznych (materiały konferencyjne z logo województwa, materiały promocyjne).</li> <li>2. Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i banerach (jeśli spotkanie odbywać się będzie w kraju).</li> </ol>	Wymiana informacji i doświadczeń w zakresie energii odnawialnej, gospodarki odpadami, ochrony przyrody, łowiectwa, rybołówstwa i gospodarowania akwenami wodnymi ze szczególnym uwzględnieniem organizacji, zarządzania i uregulowań na poziomie regionu.	2011 r.	5 000 zł
----	------------------------	---	--	---	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Bardziej szczegółowe informacje na temat form lub środków promocji planowanych przy realizacji wyżej wymienionego działania Wydział Polityki Ekologicznej prześle po zatwierdzeniu planu współpracy międzynarodowej na rok 2011. Zaplanowane środki finansowe w wysokości 20 000 zł. jeszcze nie zostały zatwierdzone przez Zarząd Województwa Mazowieckiego. Wobec powyższego, w obecnej sytuacji nie jesteśmy w stanie stwierdzić, czy planowane przedsięwzięcia będą realizowane.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki **już na etapie formułowania SIWZ** (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4b	Departament Środowiska	VII edycja Konkursu – zbiórka makulatury Uczestnicy: 70 000 do 100 000 dzieci i młodzieży z przedszkoli i szkół z terenu województwa mazowieckiego	<p>Przed rozpoczęciem Konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pismo skierowane do wszystkich prezydentów miast, burmistrzów, starostów i wójtów gmin z prośbą o rozpowszechnienie Regulaminu Konkursu oraz druku Raportu z przebiegu zbiórki i ilości zebranej makulatury wśród wszystkich placówek edukacyjnych na podległym sobie terenie,</li> <li>- umieszczenie informacji o Konkursie na stronie Internetowej urzędu,</li> </ul> <p>Zakończenie i podsumowanie Konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozstawienie banerów i roll-upów z logo Mazowsza,</li> <li>- umieszczenie logo Mazowsza na wszystkich nagrodach rzeczowych przekazywanych laureatom Konkursu,</li> <li>- wręczenie laureatom Konkursu dyplomów zgodnych z szablonem SIWMM,</li> <li>- uczestnictwo w uroczystości podsumowania i zakończenia Konkursu lokalnych mediów,</li> </ul> <p>Po zakończeniu Konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- umieszczenie na stronie internetowej informacji podsumowującej całą akcję,</li> <li>- przesłanie laureatom Konkursu płyty z materiałem zdjęciowym z uroczystości podsumowania i zakończenia Konkursu, opatrzonej logo Mazowsza.</li> </ul>	Głównym założeniem Konkursu jest propagowanie i utrwalanie właściwych postaw proekologicznych u najmłodszych, inicjowane poprzez ich bezpośrednie angażowanie we wspólne przedsięwzięcia, w tym m.in. w zadania związane z selektywnym zbieraniem odpadów.	od listopada 2010 r. do 2011 r.	50 000 zł
----	------------------------	---	---	--	---------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs skierowany jest do dzieci i młodzieży z przedszkoli i szkół z terenu województwa mazowieckiego. Zaangażowani w tę akcję będą nie tylko dzieci i młodzież z placówek edukacyjnych, które przystąpią do Konkursu, ale też nauczyciele i rodzice. Na podsumowanie i zakończenie Konkursu zostanie zorganizowana uroczystość, w czasie której laureatom zostaną wręczone dyplomy i nagrody rzeczowe.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki **już na etapie formułowania SIWZ** (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4c	Departament Środowiska	Seminarium szkoleniowe pod nazwą „Usuwanie i unieszkodliwianie azbestu z terenu województwa mazowieckiego – Program Oczyszczania Kraju z Azbestu na lata 2009-2032, sposoby przeprowadzania inwentaryzacji, sprawozdawczość oraz możliwości pozyskiwania środków z WFOŚiGW w Warszawie” Uczestnicy: 100 przedstawicieli gmin i miast z terenu województwa mazowieckiego	Przed seminarium: - zaproszenia personalizowane – skierowane do przedstawicieli gmin i miast oraz prelegentów, - umieszczenie informacji o seminarium na stronie Internetowej urzędu,  W trakcie seminarium: - rozstawienie banerów i roll-upów z logo, - umieszczenie logo Mazowsza na materiałach szkoleniowych,  Po zakończeniu seminarium: - umieszczenie na stronie internetowej informacji podsumowującej seminarium.	Budowanie świadomości w zakresie prawidłowych sposobów postępowania z wyrobami i odpadami zawierającymi azbest oraz wskazanie takich działań, mechanizmów i źródeł finansowania, które pozwolą na bezpieczne usuwanie wyrobów z obszaru Mazowsza.	kwiecień 2011 r.	3 000 zł
----	------------------------	--	--	---	------------------	----------



**OPIS DZIAŁANIA**

Seminarium organizowane w ramach realizacji zadań zapisanych w „Programie usuwania wyrobów zawierających azbest z terenu Województwa Mazowieckiego” (tj. współpraca z samorządami gminnymi, przekazywanie im wytycznych oraz informacji związanych z realizacją przedmiotowego Programu), będącego załącznikiem do „Wojewódzkiego Planu Gospodarki Odpadami dla Mazowsza na lata 2007-2011 z uwzględnieniem lat 2012-2015” (WPGO 2007-2011), uchwalonego w dniu 15 października 2007r. (uchwała Nr 164/07 Sejmiku Województwa Mazowieckiego).  
 W trakcie seminarium szkoleniowego, poruszane będą zagadnienia związane z nowo przyjętym „Programem Oczyszczania Kraju z Azbestu na lata 2009-2032”. Przewiduje się zaprezentowanie jego założeń, proponowanych zmian legislacyjnych oraz przybliżenie zakresu zadań na poziomie centralnym, wojewódzkim i lokalnym. W programie seminarium przewidziany jest również blok tematyczny dotyczący zagadnień związanych z prawidłową realizacją procesu usuwania wyrobów zawierających azbest oraz możliwością pozyskiwania środków finansowych na podejmowane w tym zakresie działania. Swoje doświadczenia na ten temat zaprezentują przedstawiciele wytypowanych gmin i miast województwa mazowieckiego. Seminarium szkoleniowe bez wątpienia przyczyni się do budowania świadomości w zakresie prawidłowych sposobów postępowania z wyrobami i odpadami zawierającymi azbest oraz będzie okazją do przekazania uczestnikom spotkania nowych zasad ubiegania się o dofinansowanie ze środków Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4d	Departament Środowiska	IX Edycja Konkursu Ekologicznego dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjów	Przed konkursem: - zakup nagród dla laureatów konkursu, - informacje o konkursie zamieszczane na stronie internetowej urzędu (www.mazovia.pl), - dyplomy i wyróżnienia imienne – dla laureatów konkursu (ok. 40 szt.), W trakcie konkursu: - organizacja uroczystej gali ogłoszenia wyników i wręczenia, nagród laureatom - ekspozycja SIW MM na roll- upach i banerach - wystawa prac laureatów w siedzibie Departamentu Środowiska, Po konkursie: - informacja na stronie www.mazovia.pl oraz w Kronice Mazowieckiej, - wysyłka dyplomów, nagród upominków w formie gadżetów reklamowych do uczestników konkursu (ok.500).	Celem konkursu jest podnoszenie świadomości ekologicznej wśród dzieci i młodzieży oraz kształtowanie prawidłowych postaw związanych z ochroną środowiska.	III i IV kwartał 2011 r.	40 000 zł
----	------------------------	---	---	---	--------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs Ekologiczny skierowany jest do uczniów szkół podstawowych i gimnazjów z terenu województwa mazowieckiego, organizowany w ramach realizacji jednego z głównych celów Programu Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego, jakim jest podnoszenie poziomu wiedzy ekologicznej wśród najmłodszych mieszkańców regionu. Konkurs podzielony jest na trzy etapy: I – szkolny, II – delegatury, III - wojewódzki dla trzech grup wiekowych. Ogłoszenie wyników konkursu i wręczenie nagród laureatom następuje na uroczystej gali w obecności członka zarządu oraz Dyrekcji Departamentu. Przewidziane są również nagrody upominki dla wszystkich uczniów zakwalifikowanych do II etapu konkursu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4e	Departament Środowiska	III Edycja Konkursu Ekologicznego dla dzieci w wieku przedszkolnym z terenu Województwa Mazowieckiego	<p>Przed konkursem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zakup nagród dla laureatów konkursu,</li> <li>- informacje o konkursie zamieszczane na stronie internetowej urzędu, (<a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>),</li> <li>- dyplomy i wyróżnienia imienne – dla laureatów,</li> </ul> <p>W trakcie konkursu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organizacja uroczystej gali ogłoszenia wyników i wręczenia nagród laureatom</li> <li>- ekspozycja SIW MM na roll- upach i banerach,</li> <li>- wystawa prac laureatów w siedzibie Departamentu Środowiska,</li> </ul> <p>Po konkursie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz w Kronice Mazowieckiej,</li> <li>- wysyłka dyplomów, nagród upominków w formie gadżetów reklamowych do uczestników konkursu.</li> </ul>	Celem konkursu jest podnoszenie świadomości ekologicznej wśród najmłodszych mieszkańców Mazowsza	I i II kwartał 2011 r.	30 000 zł
----	------------------------	---	---	--	------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs Ekologiczny skierowany jest do dzieci w wieku przedszkolnym z terenu województwa mazowieckiego, organizowany w ramach realizacji jednego z głównych celów Programu Ochrony Środowiska Województwa Mazowieckiego, jakim jest podnoszenie poziomu wiedzy ekologicznej wśród najmłodszych mieszkańców regionu. Konkurs podzielony jest na dwa etapy: I – przedszkolny, II - wojewódzki, dla czterech grup wiekowych. Ogłoszenie wyników konkursu i wręczenie nagród laureatom następuje na uroczystej gali w obecności członka zarządu oraz Dyrekcji Departamentu. Przewidziane są również nagrody upominki dla wszystkich uczestników konkursu zakwalifikowanych do II etapu konkursu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki **już na etapie formułowania SIWZ** (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4f	Departament Środowiska	Udział w obchodach „Światowego Dnia Ziemi” oraz w „VI Warszawskich Dniach recyklingu”	Przed obchodami: - informacja o imprezie plenerowej zamieszczane - na stronie internetowej urzędu (www.mazovia.pl), W ramach obchodów: - przygotowanie stoiska informacyjno – promocyjnego, - warsztaty ekologiczne, - konkursy edukacyjne z nagrodami w postaci gadżetów reklamowych, - dystrybucja materiałów informacyjnych, promocyjnych, - ekspozycja SIW MM na roll- upach i banerach, Po obchodach: - informacja na stronie www.mazovia.pl oraz w Kronice Mazowieckiej.	Działanie ma na celu podniesienie świadomości ekologicznej i wiedzy przyrodniczej u osób odwiedzających stoiska i biorących udział w planowanych warsztatach i konkursach, oraz promocję przyrodniczych walorów Mazowsza oraz ekologicznego stylu życia.	II kwartał 2011 r.	20 000 zł
----	------------------------	---	---	--	--------------------	-----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Departament Środowiska przygotowuje stoiska edukacyjno - promocyjne, zaopatrzone w materiały informacyjne o regionie oraz różnorodnych formach turystyki aktywnej. Warsztaty i konkursy ekologiczne, gry i zabawy poświęcone zagadnieniom ochrony przyrody, klimatu, wody, recyklingu ( Przedsięwzięcie realizowane przy udziale Mazowieckiego Zespołu Parków Krajobrazowych).

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki **już na etapie formułowania SIWZ** (jeśli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4g	Departament Środowiska	Przygotowanie publikacji dla dzieci z zakresu edukacji ekologicznej ) kształtowanie właściwych nawyków u młodego pokolenia) – opracowanie projektu oraz wydruk.	Projekt graficzny publikacji zaopatrzony w logo województwa zgodny z SIW MM – do akceptacji. Wydruk – kolory zgodne z SIW MM – do akceptacji.	Celem publikacji jest kształtowanie kultury ekologicznej człowieka, wskazanie właściwych wzorców postępowania w duchu dbałości o środowisko naturalne	I poł. 2011 r.	30 000 zł
----	------------------------	---	--	---	----------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Zlecenie usługi opracowania graficznego oraz merytorycznego wraz z wydrukiem komiksów dla dzieci w różnych grupach wiekowych o tematyce dotyczącej edukacji ekologicznej (kształtowanie właściwych nawyków u młodego pokolenia). Szata graficzna oraz zawartość merytoryczna dostosowana do wieku odbiorców.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki **już na etapie formułowania SIWZ** (jesli dotyczy), zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

4h	Departament Środowiska	Przygotowanie materiałów na stronę internetową dla dzieci w różnych grupach wiekowych ( gry, rebusy, zdjęcia, tapety, ciekawostki ekologiczne)	www.mazovia.pl - zakładka dla najmłodszych	Celem przygotowania strony internetowej jest ciekawe i nowoczesne łączenie zabawy z edukacją ekologiczną zmierzające do zainteresowania ekologią jak największej ilości dzieci.	2011 r.	40 000 zł
----	------------------------	--	--	---	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Przygotowanie materiałów do strony internetowej – podstrony [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl), przeznaczonej dla dzieci i młodzieży. Na stronie umieszczone zostaną proste gry o różnym stopniu trudności dostosowane do różnego wieku internautów, quizy sprawdzające wiedzę, rebusy i krzyżówki z możliwością wydruku, zdjęcia i obrazki z możliwością ustawienia jako tapety oraz ciekawostki w zmiennym systemie blokowym o tematyce przyrodniczej i ekologicznej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć możliwość wejścia na stronę przez odrębny adres, który byłby łatwiej kojarzony przez dzieci, np. [www.dladzieci.mazovia.pl](http://www.dladzieci.mazovia.pl). Można także zastanowić się nad włączeniem innych komórek organizacyjnych UMWM we wkład merytoryczny lub w opracowywanie kolejnych pozycji na tę podstronę.

**(5) Departament Opłat Środowiskowych**

5a	Departament Opłat Środowiskowych	Akcja szkoleniowo-informacyjna z zakresu opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach.  Uczestnicy: ok. 800 osób z terenu województwa mazowieckiego	Przed szkoleniami: <ul style="list-style-type: none"><li>• Informacja-zaproszenie na szkolenia, zamieszczona na stronie internetowej <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>,</li><li>• Ulotki informacyjne dołączane do korespondencji wychodzącej Departamentu Opłat Środowiskowych.</li></ul> Podczas szkoleń: <ul style="list-style-type: none"><li>• Ekspozycja logo Marki Mazowsze na slajdach prezentacji,</li><li>• Ekspozycja logo Marki Mazowsze w przekazanych uczestnikom materiałach szkoleniowych (m. in. broszury informacyjne, ulotki, długopisy, płyty CD)</li></ul> Po szkoleniach: <ul style="list-style-type: none"><li>• Relacje na stronie internetowej <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>.</li></ul>	Rozpowszechnienie informacji o obowiązkach z zakresu opłat za korzystanie ze środowiska, opłaty produktowej, opłaty za substancje kontrolowane oraz opłat wynikających z ustawy o bateriach i akumulatorach	marzec-listopad 2011 r.	50 000 zł
----	----------------------------------	---	--	---	-------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykl szkoleń skierowanych do przedstawicieli podmiotów korzystających ze środowiska z terenu województwa mazowieckiego (w tym m. in. przedstawicieli władz lokalnych, przedsiębiorców, osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą). Trenerami podczas szkoleń będą przedstawiciele Departamentu Opłat Środowiskowych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie. Podczas spotkań zostaną omówione kluczowe tematy dotyczące naliczania opłat, ponadto przewidziana jest analiza problemów zgłaszanych przez uczestników oraz panel dyskusyjny. Celem szkoleń jest zmobilizowanie wszystkich podmiotów z terenu województwa mazowieckiego do realizacji obowiązków z zakresu przedmiotowych opłat oraz wyeliminowanie błędów w składanych wykazach i sprawozdaniach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć współpracę z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie umieszczenia zaproszenia przed akcją oraz relacji w trakcie trwania akcji i po jej zakończeniu. Warto także rozważyć współpracę z Biurem Prasowym UMWM.

**(6) Departament Kultury, Promocji i Turystyki**

6a	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Udział w krajowych targach turystycznych: <ul style="list-style-type: none"><li>• GTT Gdańsk Tourism Fair 2011</li><li>• XVI Targi Turystyki i Wypoczynku LATO 2011 (Warszawa),</li><li>• Międzynarodowe Targi Turystyczne TT Warsaw Tour &amp; Travel 2011 (Warszawa),</li><li>• Targi Regionów i Produktów Turystycznych Tour Salon 2011(Poznań),</li></ul>	Przed targami: <ul style="list-style-type: none"><li>- Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronach organizatora</li><li>- Banner na stronie www.mazovia.pl</li></ul> W trakcie targów: <ul style="list-style-type: none"><li>wpis do katalogu – dane teleadresowe wraz z logo</li><li>Stoisko promocyjne</li></ul> Po targach: <ul style="list-style-type: none"><li>Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronach organizatora</li></ul>	Realizacja założeń strategii rozwoju turystyki oraz strategii promocji	Targi GTT Gdańsk i targi LATO 2011 <ul style="list-style-type: none"><li>- kwiecień</li><li>Targi TT Warsaw – wrzesień</li><li>Targi Tour Salon - październik</li></ul>	537 856 zł
----	---	---	---	--	---	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Spośród kilkudziesięciu imprez wystawienniczych zostały wybrane cztery krajowe imprezy targowe, które obecnie odgrywają najważniejszą rolę na rynku turystycznym. Co roku na każdej z powyższych imprez gromadzą się Wystawcy z kilkudziesięciu krajów oraz wielotysięczna publiczność - zarówno profesjonaliści, jak i klienci indywidualni, szukający pomysłów na ciekawe spędzenie wolnego czasu. Targi są miejscem szerokiej prezentacji krajów, regionów, najnowszych ofert i atrakcji turystycznych, oferta wyjazdowa i pobytowa, a także nawiązywania nowych kontaktów handlowych wśród przedstawicieli branży.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).*

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć umieszczenie artykułu w Kronice Mazowieckiej informującego o planowanym udziale w imprezie targowej oraz krótkie relacje po każdym targach.

6b	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Nagroda Marszałka Województwa Mazowieckiego	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronie projektu</li> <li>- Zaproszenia,</li> <li>- Plakaty</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach</p> <p>Po imprezie:</p> <p>Relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronach organizatora</p>	Realizacja założeń strategii promocji, upowszechnianie kultury, wiedzy o regionie oraz świadomości regionalnej.	Mazowsze, listopad 2011 r.	310 000 zł
----	---	---	---	---	----------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Nagroda Marszałka Województwa Mazowieckiego jest jednym z najbardziej prestiżowych wyróżnień na Mazowszu, honorującym najcenniejsze osiągnięcia mieszkańców regionu w dziedzinie twórczości artystycznej oraz z zakresu upowszechniania i ochrony kultury. Wyróżnienie kierowane jest do ludzi aktywnych społecznie, angażujących się w działania umacniające tożsamość kulturową Mazowsza, służące rozwojowi i promocji regionu. Doceniamy niepospolite pomysły i twórcze inicjatywy, które są wyrazem autentycznych pasji. Prestiż i szczytny cel sprawiają, że z roku na rok Konkurs cieszy się coraz większym zainteresowaniem.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).*

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć umieszczenie ogłoszenia o konkursie i regulaminu konkursu w Kronice Mazowieckiej oraz krótkiej relacji po Gali wręczenia nagród. Warto także rozważyć współpracę z Biurem Prasowym UMWM.

6c	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Konkurs fotograficzny „Mazowsze bliskie sercu”	Przed imprezą: - Relacja na stronie www.mazovia.pl - Plakaty W trakcie imprezy: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach Po imprezie: Relacja na stronie www.mazovia.pl	Realizacja założeń strategii promocji	Mazowsze, czerwiec - listopad 2011 r.	35 000 zł
----	---	--	--	---------------------------------------	---------------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkursu fotograficznego „Mazowsze bliskie sercu” skierowany jest do wszystkich fotografów - amatorów mieszkających lub uczących się na terenie Mazowsza. Do konkursu można zgłaszać fotografie w dwóch kategoriach krajobraz i architektura, oddające ducha, charakter i urok Mazowsza. Przyjmowane są fotografie kolorowe i czarno-białe w wersji papierowej w komplecie zapisem cyfrowym. Każdy uczestnik może nadsyłać zdjęcia równocześnie w 2 kategoriach – maksymalnie 3 fotografie w każdej z nich. Po zakończeniu ww. konkursu Samorząd Województwa ma możliwość wykorzystywania zdjęć do przygotowywania materiałów promocyjnych i informacyjnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć umieszczenie ogłoszenia o konkursie i regulaminu konkursu w Kronice Mazowieckiej oraz krótkiej relacji po wręczeniu nagród a także współpracę z Biurem Prasowym UMWM. Warto również rozważyć wprowadzenie nowych kategorii konkursowych, np. "Innowacyjne Mazowsze", "Tradycja i nowoczesność".

6d	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Dożynki Wojewódzkie	Przed imprezą: - Relacja na stronie www.mazovia.pl - Plakaty - zaproszenia W trakcie imprezy: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach Po imprezie: Relacja na stronie www.mazovia.pl	Upowszechnianie kultury i integracja społeczności lokalnej	Mazowsze, sierpień 2011 r.	100 000 zł
----	---	---------------------	---	--	----------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Dożynki Województwa Mazowieckiego to przedsięwzięcie adresowane do szerokiego grona odbiorców, między innymi: producentów rolnych, przetwórców, handlowców, samorządów i służb doradczych, ludzi i instytucji pracujących w obszarze rolnictwa, mieszkańców wsi i miast z terenu Mazowsza oraz województw ościennych. Wydarzenie uatrakcyjniają liczne imprezy towarzyszące (wystawy, prezentacje firm i instytucji związanych z branżą rolniczą) oraz bogaty program artystyczny (począwszy od zespołów ludowych, skończywszy na najpopularniejszych gwiazdach sceny współczesnej).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć umieszczenie zapowiedzi imprezy oraz współpracę z Biurem Prasowym UMWM. Zalecana jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku przy opracowywaniu wizualizacji stoiska.

6e	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Działania związane z prezydencją Polski w UE	Departament nie jest w stanie dokładnie określić jakie działania będą prowadzone w ramach prezydencji Polski w Unii Europejskiej	Promocja Województwa Mazowieckiego	Mazowsze, styczeń – grudzień 2011 r.	100 000 zł
----	---	--	--	------------------------------------	--------------------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

1 lipca 2011 roku Polska obejmie Przewodnictwo w Radzie Unii Europejskiej. Departament nie jest w stanie dokładnie określić jakie działania będą prowadzone w ramach prezydencji Polski w Unii Europejskiej. Wśród nich znajdują się takie wydarzenia jak: wizyty studyjne, imprezy wystawiennicze, konferencje, przygotowanie materiałów reklamowych, catering, itp. Jako stołeczny region musimy być przygotowani na szereg ważnych międzynarodowych wydarzeń, które odbędą się na naszym terenie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest możliwie szeroka prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze, np. w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze* (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).

**Uwagi dodatkowe:** Zalecane jest prezentowanie Mazowsza jako regionu centralnego, lidera, nowoczesnego i dynamicznego a przy tym pełnego tradycji i historii.

6f	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Paszport Turystyczny	Departament nie jest w stanie dokładnie określić jakie działania będą prowadzone w ramach przygotowania Paszportu Turystycznego	Promocja Województwa Mazowieckiego, realizacja założeń Strategii Rozwoju Turystyki oraz Strategii Promocji	Mazowsze, styczeń – grudzień 2011 r.	100 000 zł
----	---	----------------------	---	--	--------------------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt ma na celu promocję atrakcji turystycznych i kulturowych Mazowsza. Partnerami projektu będą początkowo instytucje kultury, dla których organizatorem jest Samorząd Województwa Mazowieckiego oraz organizacje pozarządowe działające w zakresie kultury i turystyki. Przewidujemy również możliwość pozyskiwania do współpracy partnerów zewnętrznych (instytucji, organizacji i przedsiębiorstw). Partnerzy oferować mogą zniżki i/lub inne promocje dla posiadaczy Paszportów. Turystyczny Paszport Województwa Mazowieckiego zostanie zaprojektowany i wydrukowany (opcjonalnie w kilku oddzielnych wersjach językowych lub w jednym wzorze zawierającym opisy np. w 3-4 językach). Paszporty mogą być numerowane, aby umożliwić ew. ewidencjonowanie przyznawanych rabatów (np. w formie perforowanej strony zawierającej samoprzylepne numery/kod kreskowy). Paszporty prezentować będą krótką informację o ofercie partnerów biorących udział w realizacji projektu oraz zawierać będą miejsce na potwierdzenie wizyty pieczęcią. Dodatkem do paszportu mogłyby być broszura informacyjna oraz mapa województwa. Paszporty dostępne będą w siedzibie Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie, Punktach IT na terenie Województwa Mazowieckiego oraz instytucjach kultury, dla których organizatorem jest Samorząd Województwa Mazowieckiego. Przewiduje się nagrody dla uczestników projektu – posiadaczy paszportów. Odwiedzenie instytucji Partnera (np. Muzeum) potwierdzone zostaje pieczęcią w paszporcie. Odpowiednia ilość pieczętek (zgodnie z regulaminem) uprawniać będzie do odbioru nagród (lub wzięcia udziału w losowaniu nagród). Wprowadzenie projektu poprzedzone zostanie akcją promocyjną na terenie Województwa Mazowieckiego. Docelowo Paszport mógłby zostać przekształcony np. w Mazowiecką Kartę Turystyczną, -magnetyczną kartę rabatową, 1/3/7 dniową, której zakup zapewniałby uzyskanie darmowych biletów, zniżek, bezpłatnych przejazdów środkami transportu publicznego, nagród i gadżetów promocyjnych oraz innych promocji dla jej posiadacza. Paszport ma na celu zwiększenie aktywności turystycznej na Mazowszu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Przy opracowywaniu wzoru paszportu zalecana jest wskazana jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku, tak aby wspólnie ustalić sposób maksymalnego wykorzystania Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Inicjatywa powinna być opisana na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl), na stronach instytucji włączonych w przedsięwzięcie, w Kronice Mazowieckiej a także w mediach regionalnych. Warto rozważyć współpracę z Biurem Prasowym UMWM (np. konferencja prasowa).

6g	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Zlot Turystów Województwa Mazowieckiego	Przed imprezą: - zaproszenia - dyplomy W trakcie imprezy: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach Po imprezie: Ewentualna relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>	Realizacja założeń Strategii Rozwoju Turystyki oraz Strategii Promocji	Mazowsze, wrzesień – październik 2011 r.	50 000 zł
----	---	---	---	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Samorząd Województwa Mazowieckiego od 1999 roku aktywnie uczestniczy w organizacji Zlotu Turystów Województwa Mazowieckiego. Impreza organizowana jest wspólnie z Mazowieckim Forum Oddziałów PTTK. Zlot Turystów Województwa Mazowieckiego jest organizowany w celu upowszechniania turystyki w Województwie Mazowieckim. W trakcie zlotu wręczane są wyróżnienia i listy gratulacyjne Marszałka Województwa Mazowieckiego dla osób i organizacji, które mają szczególny wkład w rozwój turystyki na Mazowszu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).*

**Uwagi dodatkowe:** Wskazana jest współpraca z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) oraz Kronika Mazowiecka). Warto rozważyć skierowanie zaproszenia do turystów poprzez media regionalne i lokalne.

6h	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Organizacja zamknięcia sezonu turystycznego	Przed imprezą: - zaproszenia W trakcie imprezy: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach Po imprezie: Ewentualna relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>	Realizacja założeń Strategii Rozwoju Turystyki oraz Strategii Promocji	Mazowsze, ostatni kwartał 2011 r.	100 000 zł
----	---	---	--	--	-----------------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizacja zamknięcia sezonu turystycznego w województwie mazowieckim będzie podsumowaniem całorocznych prac nad ofertami i produktami turystycznymi regionu oraz rozwoju i promocji oferty turystycznej Mazowsza.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).*

Uwagi dodatkowe: Warto rozważyć umieszczenie relacji w Kronice Mazowieckiej.

6i	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Organizacja otwarcia sezonu turystycznego w Województwie Mazowieckim oraz konferencji poświęconej budowie oferty turystycznej marki Mazowsze	Przed imprezą: - Relacja na stronie www.mazovia.pl - zaproszenia W trakcie imprezy: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach Po imprezie: Relacja na stronie www.mazovia.pl	integracja branży turystycznej; aktywizacja społeczności lokalnej	Mazowsze, styczeń - czerwiec 2011 r.	600 000 zł
----	---	--	--	---	--------------------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizacja otwarcia sezonu turystycznego w województwie mazowieckim połączonego z prezentacją ofert i produktów turystycznych regionu dla szerokiej publiczności oraz z konferencją na temat rozwoju i promocji oferty turystycznej Województwa Mazowieckiego adresowaną do organizatorów turystyki działających na terenie województwa mazowieckiego i zajmujących się ofertą przyjazdową do Polski. Uczestnikami konferencji będą również przedstawiciele samorządów lokalnych, organizacji pozarządowych, instytucji kultury, przyczyniających się do tworzenia oferty turystycznej regionu. Jeden z paneli poświęcony będzie także dostępności obiektów turystycznych dla osób niepełnosprawnych. Zorganizowany zostanie także konkurs dla organizacji pozarządowych na stworzenie oferty uzmaiacjącej otwarcie sezonu turystycznego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).*

Uwagi dodatkowe: Warto rozważyć umieszczenie relacji w Kronice Mazowieckiej.

6j	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Sejmik Turystyczny Województwa Mazowieckiego	Przed imprezą: - zaproszenia W trakcie imprezy: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na roll-upach i bannerach	integracja branży turystycznej; aktywizacja społeczności lokalnej	Mazowsze, czerwiec - grudzień 2011 r.	100 000 zł
----	---	--	--	--	---------------------------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Sejmik Turystyczny Województwa Mazowieckiego jest wpisany na stałe w kalendarz przedsięwzięć mających na celu rozwój i popularyzację turystyki na terenie Województwa Mazowieckiego. Celem Sejmiku jest stworzenie platformy dającej możliwości wymiany doświadczeń i podejmowania wspólnych inicjatyw z zakresu turystyki. Uczestnikami Sejmiku są: przedstawiciele starostw powiatowych i miast (Warszawa, Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce) z terenu Województwa Mazowieckiego, stowarzyszenia działające na rzecz rozwoju turystyki oraz prasa turystyczna, przedstawiciele Ministerstwa Sportu i Turystyki, Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki, Polskiej Organizacji Turystycznej oraz innych regionalnych organizacji turystycznych. Sejmik w 2011 roku będzie również wydarzeniem podsumowującym realizację projektu „Kreowanie wizerunku turystycznej Marki Mazowsze”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; podprocesie: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć współpracę z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie umieszczenia relacji na stronie www.mazovia.pl oraz w Kronice Mazowieckiej.

6k	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	„Stolica Kulturalna Mazowsza”  Uczestnicy: Powiaty z terenu całego Mazowsza	* Listy personalizowane – skierowane do Starostów Powiatów z terenu Mazowsza. * Uroczystość przekazania kluczy do Stolicy Kulturalnej Mazowsza E315- Strona internetowa. W trakcie przedsięwzięć kulturalnych: - Plakaty informacyjne o poszczególnych przedsięwzięciach w Powiecie. - Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach. - Informacje na stronie internetowej. - Relacja na łamach Kroniki Mazowieckiej.	Wyłonienie Powiatu o najszerszym i najbardziej interesującym programie imprez kulturalnych. Rozpowszechnienie informacji o mazowieckich projektach kulturalnych.	cały 2011 r.	125 000 zł
----	---	---	--	---	--------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Celem konkursu jest wyłonienie powiatu, który zostanie ustanowiony „Stolicą Kulturalną Mazowsza”. Warunkiem udziału w konkursie jest przedłożenie propozycji rocznego programu imprez kulturalnych organizowanych w mieście powiatowym oraz w sąsiadujących gminach i miastach należących do tego powiatu wraz z preliminarzem kosztów. Imprezy ujęte w programie, winny zakładać udział w imprezach różnych podmiotów (domy kultury, szkoły, fundacje, stowarzyszenia itp.), które organizują na danym terenie życie kulturalne. Laureat konkursu otrzyma tytuł „Stolica Kulturalna Mazowsza” oraz wsparcie finansowe z budżetu Województwa Mazowieckiego. Program imprez kulturalnych organizowanych przez zwycięzcę konkursu „Stolica Kulturalna Mazowsza” jest realizowany od momentu przekazania symbolicznego „Klucza do Stolicy” przez laureata z roku ubiegłego. Realizacja projektu „Stolica kulturalna Mazowsza” jest okazją do aktywizacji życia kulturalnego na terenie zwycięskiego powiatu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki już na etapie opracowywania koncepcji i zapytań ofertowych na materiały poligraficzne i promocyjne, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: Zarządzanie Marką Mazowsze; podprocesie: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)



61	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Mazowieckie Zdarzenia Muzealne - Wierzba	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Strona internetowa - ogłoszenie kolejnej edycji Konkursu.</li> <li>* Listy personalizowane skierowane do Dyrektorów Placówek Muzealnych</li> <li>* Strona internetowa - ogłoszenie laureatów.</li> <li>* Gala wręczenia nagród Laureatom.</li> <li>* Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach.</li> <li>* Relacja na stronie www.mazovia.pl.</li> <li>* Relacja na łamach Kroniki Mazowieckiej.</li> </ul>	<p>Podniesienie prestiżu muzeów mazowieckich, zmniejszenie różnic pomiędzy nimi, wspomaganie rozwoju oraz podnoszenie ich walorów estetycznych, wspieranie ich pracy w zakresie upowszechniania kultury, wiedzy o regionie, edukacji i kształtowania tożsamości lokalnej, promowanie tych instytucji oraz promowanie Województwa Mazowieckiego.</p>	luty – październik 2011 r.	80 000 zł
----	---	--	---	---	----------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Samorząd Województwa Mazowieckiego, we współpracy ze Stowarzyszeniem Muzealników Polskich, Oddział Mazowiecki w Warszawie organizują konkurs pt. „Mazowieckie Zdarzenia Muzealne – Wierzba”. Patronat nad tym przedsięwzięciem kulturalnym objął Marszałek Województwa Mazowieckiego. W konkursie mogą wziąć udział muzea, których siedziba znajduje się na terenie Województwa Mazowieckiego. Konkurs ma za zadanie promować, muzea, regiony oraz Województwo Mazowieckie, pogłębiać jego wkład w dziedzictwo narodowe, wzbogacać wiedzę i kształtować wartości estetyczne, podnosić walory turystyczne itp. Jednym z istotnych zadań konkursu jest wyrównywanie szans oraz zmniejszenie różnic pomiędzy muzeami mazowieckimi. Ze złożonych w siedzibie Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki wniosków na Konkurs, podczas pierwszej selekcji, wyróżnione zostają wnioski zakwalifikowane przez Kapitułę Konkursu do drugiego etapu. Po dokonaniu ich selekcji, Kapituła Konkursu wybiera laureatów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki już na etapie opracowywania koncepcji i zapytań ofertowych na materiały poligraficzne i promocyjne, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze* (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)

61	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Nagrody Samorządu Województwa Mazowieckiego im. C.K. Norwida	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Strona internetowa projektu <a href="http://www.norwid.mazovia.pl">www.norwid.mazovia.pl</a></li> <li>* Gala wręczenia nagród Laureatom.</li> <li>* Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> <li>* Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> z przekserowaniem na stronę projektu.</li> <li>* Relacja na łamach Kroniki Mazowieckiej</li> </ul>	Celem i ideą Nagrody im. Cypriana Kamila Norwida jest ukazywanie i promocja wybitnych dzieł i artystów mazowieckich - z pochodzenia lub wyboru - przyczyniających się do wzrostu rangi naszego regionu na mapie kulturalnej Polski i Europy.	luty – wrzesień 2011 r.	57 000 zł
----	---	--	--	--	-------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Nagroda im. Cypriana Kamila Norwida przyznawana jest od 2001 roku artystom tworzącym na Mazowszu za dzieło bądź kreację, powstałą w roku poprzedzającym przyznanie tego wyróżnienia. W 2005 roku Samorząd Województwa Mazowieckiego po raz pierwszy, obok Nagród w dziedzinie: literatura, teatr, muzyka i sztuki plastyczne, przyznał nagrodę specjalną "Dzieło życia" za wybitne dzieła, kreacje lub za całokształt twórczości artysty tworzącemu na obszarze województwa mazowieckiego. Laureaci Nagrody otrzymują okolicznościową statuetkę, dyplom oraz nagrodę pieniężną. Kandydatów do Nagrody im. Cypriana Kamila Norwida mogą zgłaszać: instytucje kultury, oddziały ogólnopolskich stowarzyszeń twórczych, wydawnictwa i redakcje oraz twórcy indywidualni z województwa mazowieckiego. W przypadku Nagrody „Dzieło Życia” uprawnionymi do zgłaszania kandydatów są także mieszkańcy województwa mazowieckiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki już na etapie opracowywania koncepcji i zapytań ofertowych na materiały poligraficzne i promocyjne, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze* (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)

6m	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Bieżąca współpraca z Samorządami Woj. Maz. oraz lokalnymi organizacjami kulturalnymi przy organizacji przedsięwzięć kulturalnych	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Strona internetowa <a href="http://www.mazovia.pl/Co">www.mazovia.pl/Co</a>, Gdzie, Kiedy?</li> <li>* Strona internetowa Samorządów /Organizatorów.</li> <li>* Plakaty umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego.</li> <li>* Zaproszenia.</li> <li>* Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach.</li> <li>* Relacje na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> <li>* Relacje na łamach Kroniki Mazowieckiej.</li> <li>* Nagrody dla laureatów konkursów.</li> </ul>	Celem przedsięwzięć jest upowszechnianie kultury, wsparcie przedsięwzięć edukacyjnych propagujących historię, tradycję i piękno regionu. Promocja Mazowsza, aktywizacja życia kulturalnego.	cały 2011 r.	100 000 zł
----	---	--	---	---	--------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Współorganizacja projektów kulturalnych tj. Mazowiecki Festiwal Chórów „Masovia Cantat”, koncert z okazji rocznicy Bitwy Warszawskiej, Bitwy pod Grunwaldem, Jubileusz zespołu Tańca Ludowego Pruszkowiaczy, Święto chleba, konkursy literackie, muzyczne, plastyczne dla dzieci i młodzieży, Dożynki, Dni Przasnysza i Ziemi Przasnyskiej, Warszawski Festiwal Filmów o tematyce Żydowskiej, Festiwal Kolęd i Pastorałek.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. przygotowywanych przez Współorganizatora, związanych z realizacją przedsięwzięcia. Współorganizator powinien być do tego zobowiązany poprzez umieszczenie odpowiedniego zapisu w zawieranej z nim umowie. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki już na etapie opracowywania koncepcji i zapytań ofertowych na materiały poligraficzne i promocyjne, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*.

6n	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Współorganizacja wydarzeń artystycznych w ramach Europejskich Dni Dziedzictwa na Mazowszu	<p>Informacja na temat EDD na Mazowszu (z kalendarzem wydarzeń) na stronie internetowej <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></p> <p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na plakatach i zaproszeniach na imprezy dofinansowanych z budżetu Województwa Mazowieckiego oraz roll-upach, bannerach podczas trwania danej imprezy</p>	<p>Upowszechnianie wiedzy o regionie w kontekście dziedzictwa kulturowego, opieki nad zabytkami, edukacji i kształtowania świadomości lokalnej.</p> <p>Przybliżenie mieszkańcom Mazowsza tradycji i kultury poszczególnych regionów województwa.</p>	wrzesień 2011 r.	100 000 zł
----	---	---	---	--	------------------	------------

## OPIS DZIAŁANIA

Europejskie Dni Dziedzictwa na Mazowszu, co roku odbywają się pod honorowym patronatem Marszałka Województwa Mazowieckiego i mają za zadanie przybliżyć tradycję i kulturę materialną poszczególnych regionów. Istotnym elementem obchodów jest możliwość połączenia zwiedzania muzeów i obiektów zabytkowych z uczestnictwem w występach zespołów folklorystycznych, w pokazach ginących rzemiosł, w kiermaszach wyrobów artystycznych i rzemieślniczych, w konkursach, pokazach historycznych, koncertach, wystawach itp. W ramach Porozumień zawieranych pomiędzy Województwem Mazowieckim a innymi Jednostkami Samorządu Terytorialnego bądź samorządowymi instytucjami kultury z regionu Mazowsza Województwo pokryje część kosztów zorganizowania poszczególnych wydarzeń artystycznych/przedsięwzięć w ramach EDD na Mazowszu.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki już na etapie opracowywania koncepcji i zapytań ofertowych na materiały poligraficzne i promocyjne, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze* (KZSZ-5-U-2.2.2/KP).

**Uwagi dodatkowe:** Zalecane jest opracowanie przy współpracy Biura Marki i Wizerunku stałego logotypu dla EDD na Mazowszu i egzekwowanie jego stosowania w projektach dotyczących wydarzenia.

60	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Konferencja "Marka Mazowsze, Marka Polska" Uczestnicy: ok. 200 osób	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenia personalizowane,</li> <li>- banner na stronie www.mazovia.pl z przekserowaniem na stronę projektu,</li> <li>- promocja eventu na łamach magazynu Brief, portalu brief.pl, Brief for Poland.pl,</li> <li>- publicity eventy w branży.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> <li>- wystawa fotografii z Mazowsza,</li> <li>- relacje w mediach.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronie projektu,</li> <li>- artykuł w „Kronice Mazowieckiej”,</li> <li>- artykuł redakcyjny w sekcji Brief for Poland w Briefie po konferencji,</li> <li>- rozesłanie mailingu i ankiety do uczestników po konferencji.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja parasolowej marki Mazowsze w oparciu o wykorzystanie marek subregionalnych przy jednoczesnym zaangażowaniu mniejszych jednostek samorządu terytorialnego (miasta, powiaty, gminy);</li> <li>* poszukiwanie pól współpracy samorządów i administracji rządowej w obszarze promocji Polski poprzez promocję regionów, szczególnie w obszarze promocji turystycznej i kulturalnej;</li> <li>* symbioza dwóch obszarów promocji miejsc – turystyki i kultury;</li> <li>* przedstawienie najnowszych narzędzi, usług oraz trendów w marketingu miejsc, tj. informacji niezbędnych do prowadzenia przez regiony efektywnych działań promocyjnych</li> </ul>	2011 r.	120 000 zł
----	---	--	--	---	---------	------------

#### OPIS DZIAŁANIA

Realizacja przedsięwzięcia odbyłaby się przy współpracy z magazynem BRIEF oraz Fundacją Polskiego Godła Promocyjnego. Konferencja skierowana jest do przedstawicieli samorządowych jednostek terytorialnych województwa mazowieckiego odpowiedzialnych za promocję i przetargi oraz przedstawicieli komórek odpowiedzialnych za sprawy z zakresu promocji i rozwoju ze wszystkich urzędów marszałkowskich. W konferencji wezmą również udział przedstawiciele wybranych ministerstw oraz zainteresowanych organizacji społecznych i gospodarczych. W ramach konferencji zaplanowane są wystąpienia, debaty, panele dyskusyjne, gry symulacyjne. Koncepcja programowa zakłada podział konferencji na dwa dni. Dzień pierwszy przeznaczony byłby wyłącznie dla przedstawicieli mazowieckich jednostek samorządu terytorialnego - miast i powiatów. Tematem przewodnim pierwszego dnia konferencji byłoby forum promocji jednostek samorządu terytorialnego województwa mazowieckiego, a w jego ramach prezentacja oraz przybliżenie metod i narzędzi umożliwiających im prowadzenie działań promocyjnych zgodnych z założeniami Strategii Zarządzania Marką Mazowsze.

Program drugiego dnia został sformułowany w taki sposób, że może stanowić samodzielny blok tematyczny i przebiegać niezależnie od tematyki prezentowanej podczas pierwszego dnia bądź stanowić jego doskonałe uzupełnienie. Program konferencji w tym dniu byłby przeznaczony dla przedstawicieli samorządów z województwa mazowieckiego (uczestnicy pierwszego dnia konferencji), zainteresowanych organizacji społecznych i gospodarczych – w tym partnerów Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, przedstawicieli mediów oraz przedstawicieli województw.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

6p	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Działania związane z wyprodukowaniem i montażem wielkoformatowych pylonów, tzw. „witaczy” (wg księgi SIW rozdz. 5.01) przy głównych drogach wjazdowych do województwa	umieszczenie pylonów przy drogach wjazdowych do województwa w miejscach dobrze widocznych dla kierowców (zgodnie ze studium wykonalności)	budowanie nowego wizerunku regionu i wywołanie pozytywnych emocji i skojarzeń turystów z marką Mazowsze	2011 r.	500 000 zł
----	---	---	---	---	---------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Przy współpracy z Departamentem Nieruchomości i Infrastruktury ustalono, że 18 dróg krajowych przecina granicę województwa w 28 miejscach a 31 dróg wojewódzkich przecina ją w 38 miejscach. W związku z powyższym zakłada się zlokalizowanie pylonów w dwóch różnych wymiarach w taki sposób, że duże witacze znajdują się w 26 miejscach przy drogach krajowych, zaś przy drogach wojewódzkich umieszczone zostaną 36 mniejsze witacze. Bez względu na wielkość pylony powinny być dwustronne; awers: „Mazowsze wita”, rewers: „Mazowsze zaprasza ponownie”. Szczegóły zadania zostały opracowane w wykonanym przez firmę Euro-Investment Consulting Service Jacek Stawicki w roku 2010 „Studium wykonalności”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

6r	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Działania w zakresie opiniowania projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze	Postępowanie zgodnie z zapisami Księgi Zintegrowanego Systemu Zarządzania dotyczącymi procesu: Zarządzanie Marką Mazowsze (KZSZ4-U-2.2/KP), podprocesu: Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ4-U-2.2.2/KP)	* budowanie spójnego, jednolicie postrzeganego wizerunku regionu; * zapewnienie zgodności działań związanych ze stosowaniem logotypu Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze	2011 r.	0 zł
----	---	---	--	--	---------	------



**OPIS DZIAŁANIA**

Akceptacja projektu graficznego dokonywana jest wyłącznie w zakresie prawidłowego, czyli zgodnego z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW) użycia logotypu Marki Mazowsze i elementów systemu. Każdy z nadesłanych projektów oceniany jest pod kątem: 1. poprawności użycia logotypu ( prawa do jego użycia, wzoru logotypu, formy logotypu (z hasłem lub bez), prawidłowego podpisu obok/ pod logotypem, wielkości logotypu, kolorystyki logotypu, tła pod logotypem, zachowania pola podstawowego lub ochronnego); 2. poprawności użycia innych elementów SIW Marki Mazowsze tj.: piktogramów systemowych, typografii; 3. poprawności zachowania wzorów druków firmowych, druków, gadżetów i oznakowania promocyjnego, oznakowania architektonicznego i pojazdów samochodowych z użyciem logotypu, przewidzianych w SIW Marki Mazowsze. Koncepcja graficzna i artystyczna wizja danego projektu, zatwierdzona przez dyrekcję departamentu merytorycznego nie jest przedmiotem oceny projektu graficznego. Ocenie pod względem zgodności z SIW podlegają: druki firmowe – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 2; druki promocyjne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 3; oznakowanie promocyjne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 4; oznakowanie architektoniczne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 5; oznakowanie samochodów – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 6; gadżety promocyjne – określone w SIW Marki Mazowsze w rozdziale 7; wszelkie materiały zawierające logotyp Marki Mazowsze: poligraficzne (zaproszenia, plakaty, ulotki, wydawnictwa itp.); strony WWW; prezentacje multimedialne; filmy; tablice reklamowe i informacyjne; artykuły reklamowe (bannery, roll-upy itd.); stoiska promocyjne i wystawiennicze; gadżety reklamowe.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

6s	Departament Kultury, Promocji i Turystyki	Zapewnianie oprawy wizualnej podczas wydarzeń organizowanych i współorganizowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego	* wypożyczanie roll-upów, banerów z logo Marki Mazowsze, fotografii przedstawiających Mazowsze, itp. na potrzeby organizatorów lub współorganizatorów danego wydarzenia; * konsultowanie i/lub realizacja oprawy wizualnej poprzez umieszczenie ww. promocyjnych elementów wystawienniczych w miejscu odbywania się danego wydarzenia	budowanie i utrwalanie nowego wizerunku regionu i wywołanie pozytywnych emocji i skojarzeń uczestników wydarzeń z marką Mazowsze	2011 r.	10 000 zł
----	---	---	--	--	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wypożyczanie promocyjnych elementów wystawienniczych (roll-upów, banerów, fotografii, itp.) odbywa się na podstawie pisemnego, elektronicznego lub ustnego zgłoszenia. Ww. materiały udostępniane są nieodpłatnie na zadeklarowany w odpowiednim oświadczeniu przez osobę je odbierającą okres czasu, pokrywający się z terminem danego wydarzenia. Pracownicy Biura Marki i Wizerunku na prośbę innych komórek organizacyjnych Urzędu czynnie włączają się w działania organizacyjne danego wydarzenia w zakresie konsultacji i/lub realizacji oprawy wizualnej poprzez wkomponowanie wybranych materiałów w ogólną scenografię wydarzenia, w sposób uwidaczniający logo Marki Mazowsze oraz/lub inne elementy Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze. Założeniem tego działania promocyjnego jest wyeksponowanie logo Marki Mazowsze w widocznych miejscach w trakcie trwania wydarzenia, a w rezultacie budowanie i utrwalanie nowego wizerunku regionu. Koszty związane z tym działaniem wynikają z konieczności renowacji i modernizacji posiadanych elementów wystawienniczych oraz powiększania zasobów o nowe wzory.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

**(6) Departament Kultury, Promocji i Turystyki****(6.1) Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego**

<b>6.1a</b>	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Polska Europie. Wystawa z okazji prezydencji Polski w Unii Europejskiej	Druk zaproszeń, plakatów, katalogu wystawy, informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów	Promocja Polski i Warszawy w Unii Europejskiej	1.07-31.12.2011 r Biblioteka Publiczna m.st Warszawy i biblioteki publiczne UE: Madryt, Paryż, Berlin, Londyn, Bruksela, Kopenhaga, Nikozja	30 000 zł
-------------	--	---	--	--	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W związku z Polską Prezydencją w 2011, Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy, planuje przygotować wystawę, w swojej siedzibie - otwarcie 1 lipca, oraz w 7 -8 stolicach Europy: Madryt, Paryż, Londyn, Kopenhaga, Berlin, Nikozja, Bruksela, Moskwa. Wystawa ukaże wkład Polski i naszych rodaków w rozwój i historię Europy. Zdecydowaliśmy się na 4 wersje językowe - angielską, francuską, hiszpańską i rosyjską. Wystawa składać się będzie z 30 plasz o wym. b-1 na piance PCV. Ekspozowane faksymile materiałów pochodzić będą ze zbiorów własnych Biblioteki. Tak duży projekt chcemy zrealizować korzystając ze środków publicznych; będziemy aplikować o grant do Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w ramach programu „Polska Prezydencja 2011”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.1b</b>	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Wystawa towarzysząca Sesji Varsavianistycznej nt. 190-lecia Kuriera Warszawskiego	Druk zaproszeń, plakatów, katalogu wystawy, informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów	Przypomnienie historii Kuriera Warszawskiego	11 grudnia 2011 r. Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy	30 000 zł
-------------	--	---	--	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa będzie dopełnieniem Sesji Varsavianistycznej i będzie dotyczyła historii Kuriera Warszawskiego. Wystawa będzie przygotowana na planszach i wyeksponowana w holu zabytkowego Gmachu im. Kierbedziów. Oprócz plansz pokazane zostaną także egzemplarze Kuriera ze zbiorów Biblioteki Publicznej m.st. Warszawy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.1c	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Bohdan Butenko - dorobek twórczy. Wystawa	Druk zaproszeń, plakatów, informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów	Promocja twórczości Bohdana Butenko, warszawskiego artysty o światowej renomie	3 kwietnia 2011 r. Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy	10 000 zł
------	--	---	--	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.1d	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Konkurs Literatury Dziecięcej im. H. Skrobiszewskiej	Informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów, uroczyste wręczenie nagród podczas Dnia Kierbedziów. Święta Bibliotekarzy i Bibliotek	Promocja literatury dziecięcej	4 maja 2011 r. Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy	5 000 zł
------	--	--	---	--------------------------------	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs Literatury Dziecięcej zorganizowany po raz pierwszy w 2009 roku przez Muzeum Książki Dziecięcej nosi imię Haliny Skrobiszewskiej - wybitnego krytyka literackiego, autorki wielu prac badawczych z zakresu literatury dla młodego czytelnika. Konkurs odbywa się co roku, na wiosnę. Jest skierowany do twórców literatury dziecięcej. Jury składające się z pracowników Muzeum ocenia książki wydane w roku, który się zakończył. Książki nagrodzone i wyróżnione są wpisywane na Listę Skarbów Muzeum Książki Dziecięcej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.1e	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Polsko-amerykański Konkurs Libros Lege	Druk plakatów, informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów	Promocja polskiej literatury w USA i anglojęzycznej literatury w Polsce, promocja Mazowsza w USA	4 maja 2011 r. Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy i biblioteki publiczne Mazowsza	10 000 zł
------	--	--	---	--	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs głośnego czytania LIBROS LEGE to impreza organizowana od 2008 roku po obu stronach Atlantyku. Konkurs rozgrywany jest corocznie w bibliotekach publicznych Warszawy i Mazowsza oraz Chicago City i Cook County. W Polsce organizatorem jest Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy, a w USA Eisenhower Public Library District z Harwood Heights (IL). Celem imprezy jest rozwijanie nawyku czytania, uczenie się słuchania i pojmowania czytanego tekstu oraz poznawanie innych kultur poprzez literaturę. Zasady konkursu są proste: uczestnicy LIBROS LEGE w Polsce czytają literaturę amerykańską po angielsku, zaś uczestnicy w Stanach Zjednoczonych - literaturę polską w angielskim tłumaczeniu. Nagrodą dla zwycięzców polskich jest tygodniowy pobyt w USA, laureaci amerykańscy otrzymują analogicznie w nagrodę tygodniowy pobyt w Polsce.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.1f	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Promocje książek (w tym książek dotyczących Warszawy) organizowane przez działy specjalne Biblioteki Publicznej m.st. Warszawy	Druk zaproszeń, plakatów, informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów	Promocja czytelnictwa, Biblioteki Publicznej m.st. Warszawy i książek o Warszawie	w ciągu roku Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy	5 000 zł
------	--	--	--	---	---	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Promocje książek organizowane przez działy specjalne Biblioteki Publicznej m.st. Warszawy odbywają się cyklicznie, najczęściej w wybraną środę każdego miesiąca. Spotkania odbywają się w sali konferencyjnej Biblioteki. Promowane książki są zazwyczaj związane tematycznie z konkretnym działem specjalnym Biblioteki. Promocję książek dotyczących sztuki przygotowuje Dział Sztuki, promocję książek o Warszawie organizuje Dział Varsavianów itp. Promocje są przygotowywane we współpracy z wydawnictwami, które opublikowały wybrane książki.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.1g	Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy - Biblioteka Główna Województwa Mazowieckiego	Nieoczywisty Żoliborz. Konkurs dla dzieci i młodzieży.	Informacja na stronie internetowej Biblioteki, informacja dla mediów	Promocja Warszawy, a szczególnie Żoliborza, wśród dzieci i młodzieży	2 marca 2011 r. Biblioteka Publiczna m.st. Warszawy	1 000 zł
------	--	--	--	--	---	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs obejmuje prace literackie, plastyczne i fotograficzne, których treść będzie wyraźnie i przekonująco odpowiadała tytułowi konkursu. Chodzi o to, by uczestnicy ćwiczyli umiejętność refleksyjnego myślenia (rozumienie terminu „nieoczywisty”) a także wrażliwego i wnikliwego obserwowania szeroko pojmowanej rzeczywistości związanej z Żoliborzem (jednej z najpiękniejszych i najważniejszych kulturowo dzielnic stolicy). Konkurs dotyczy Żoliborza ponieważ jest organizowany przez Bibliotekę, która mieści się w tej dzielnicy Warszawy (Oddział Biblioteki Publicznej m.st. Warszawy im. H. Rudnickiej przy ul. Sułkowskiego 26).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć możliwość rozszerzenia konkursu o tematykę związaną z Mazowszem, co przyczyni się do rozpowszechnienia wiedzy o regionie wśród mieszkańców stolicy.

**(6.2) Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach**

6.2a	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Bieszczady bez granic” projekt muzyczny w formie recitalu /recytacji poezji.	<p>Recital zapowiadany przez: Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li><li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li><li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li></ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tygodniku Płockim</li><li>• Nowym łowiczanie</li><li>• Exspresie płockim</li><li>• Echo powiatu</li><li>• W wieściach z nad Wisły</li></ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a> ,na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li><li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li><li>• Bieżące aktualności instytucji</li><li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li></ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Malarstwa ,</li><li>• Fotografii,</li><li>• Grafiki,</li><li>• Rzeźby i inne</li></ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	20 lutego 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	--	---	-------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów , którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2b	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski w wykonaniu Marii Koreckiej przy recytacji Krzysztofa Tyńca.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowczaninie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a>, na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	6 marca 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	--	--	---	-----------------	--

### OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.

### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.2c	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski W wykonaniu Jarosława Domagały oraz recytacja poezji w wykonaniu Krzysztofa Kolbergera.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczanie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a>, na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	6 kwietnia 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	--	---	--------------------	--

#### OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywację do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów , którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2d	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski Wykonawcy i artyści w trakcie ustalania.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczanie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a> ,na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	8 maja 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	--	---	----------------	--

## OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2e	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Niedziela Sannicka” coroczny festyn ludowy impreza plenerowa przy współudziale różnych artystów, prezentację sztuki ludowej, kiermasze turniej sportowy oraz wiele innych atrakcji. Planowany koncert kwartetu smyczkowego + fortepian i śpiew	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczanie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a> ,na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	5 czerwca 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	--	---	-------------------	--

## OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzeмиą.

## **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2f	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Muzyczna Europa” koncert na fortepian i flet oraz recytacja poezji europejskiej z udziałem Michała Chorosińskiego.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczanie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a> ,na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	3 lipca 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	---	---	-----------------	--

#### OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2g	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Recital koncertowy w wykonaniu litewskiej Pianistki Aleksandry Zvirblite w połączeniu z poezją.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczanie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a> ,na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	2 sierpnia 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	---	---	--------------------	--

#### OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywację do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2h	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Koncert na cztery ręce” oraz recytacja poezji .	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczanie</li> <li>• Ekspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a>, na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	4 września 2011r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	--	---	---	-------------------	--

## OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2i	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncert chopinowski-wykonawca w trakcie ustalenia oraz słowo o sławnych chopinistach – Jan Popis.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopina.pl">www.lotmazowszechopina.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowiczaninie</li> <li>• Exspresie płockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a>, na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związanego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	16 października 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	---	---	---	-------------------------	--

#### OPIS DZIAŁANIA

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczyła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemią.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2j	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	„Wieczór rosyjski” w planach występy zespołu S-ART w wykonaniu rosyjskich artystów oraz ballady Bułata Okudźawy.	<p>Umieszczenie informacji nieodpłatnych w prasie lokalnej i regionalnej współpracującej z instytucją oraz na portalach internetowych promujących działalność kulturalną. Są to :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal <a href="http://www.chopin2010.pl">www.chopin2010.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.lotmazowszechopin.pl">www.lotmazowszechopin.pl</a></li> <li>• <a href="http://www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl">www.stowarzyszeniegminpojezierzagostynińskiego.pl</a></li> </ul> <p>W prasie lokalnej i regionalnej umieszczenie są informacje m.in. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tygodniku Płockim</li> <li>• Nowym łowczaninie</li> <li>• Exspresie plockim</li> <li>• Echo powiatu</li> <li>• W wieściach z nad Wisły</li> </ul> <p>W imprezach planowane jest zaproszenie dziennikarzy z w/w prasy aby udokumentować to wydarzenie. Poza tym przesyłanie relacji z tych wydarzeń na wspomniane portale internetowe, zdjęć do tworzenia galerii wydarzeń kulturalnych naszej instytucji.</p> <p>Współpraca z Kroniką Mazowiecką w formie przekazywania informacji bieżących o planowanych wydarzeniach kulturalnych.</p> <p>Plakaty informacyjne umieszczane w jednostkach współpracujących, szkołach, jednostkach samorządu terytorialnego oraz innych na terenie gminy oraz gmin ościennych.</p> <p>Zaproszenia personalizowane – kierowane do miłośników muzyki klasycznej.</p> <p>Strona internetowa instytucji <a href="http://www.palacwsannikach.pl">www.palacwsannikach.pl</a> ,na której zamieszczane będą :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonogram imprez kulturalnych instytucji z uwzględnieniem wykonawców oraz utworów.</li> <li>• Galeria zdjęć z tych wydarzeń,</li> <li>• Bieżące aktualności instytucji</li> <li>• Publikacje wydawane przez instytucję</li> </ul> <p>Wydarzeniom towarzyszyć będą: wystawy o różnej tematyce tj.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malarstwa ,</li> <li>• Fotografii,</li> <li>• Grafiki,</li> <li>• Rzeźby i inne</li> </ul> <p>Po każdym z wydarzeń kulturalnych relacja na w/w strony internetowe oraz do prasy udokumentowana zdjęciami.</p> <p>Planowane jest pozyskanie nowych partnerów do współpracy poprzez tworzenie projektów partnerskich. Jednym z głównych celów współpracy partnerskiej jest wypromowanie instytucji, gminy i regionu jako ośrodka kultury, tradycji i obyczajów a także miejsca związaneego z wielkim polskim muzykiem Fryderykiem Chopinem. Planowana jest współpraca z lokalną telewizją i innymi mediami.</p>	Upowszechnianie kultury oraz wzbogacenie oferty kulturalnej dla mieszkańców społeczności lokalnej oraz miłośników poezji, muzyki klasycznej. Promocja instytucji, gminy oraz regionu poprzez tworzenie projektów mających na celu wzbogacenie oferty kulturalnej. Integracja społeczności wśród różnych grup wiekowych.	19 listopada 2011 r.	Koszty realizacji i źródło ich pochodzenia przewidywane są częściowo ze Środków Własnych Europejskiego Centrum Artystycznego im. Fryderyka Chopina w Sannikach. Inne środki pozyskane z Towarzystwa im. F. Chopina w Warszawie, sannickiego Koła Chopinowskiego, Samorządu Województwa Mazowieckiego, Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki , GOK Sanniki oraz od sponsorów i darczyńców. Dokładne koszty imprez kulturalnych są w trakcie ustalania.
------	---	--	---	---	----------------------	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

6.2k	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Koncerty chopinowskie edukacyjne dla młodzieży w wykonaniu muzyków Płockiej Orkiestry Symfonicznej oraz w wykonaniu nauczycieli i uczniów ze szkoły muzycznej w Gostyninie.	Planowane są po dwa koncerty w miesiącu w czasie roku szkolnego. Informacje o koncertach przesyłane do szkół z terenu gminy Sanniki oraz gmin ościennych ( Słubice, Gąbin, Iłów, Kiernozia itd.) Informacje zamieszczane na stronie instytucji w GOK w Sannikach. W przedsięwzięciu bierze udział ok. 100 osób dzieci i młodzieży.	Koncerty Chopinowskie dla młodzieży mają na celu ukazanie piękna muzyki klasycznej, poszanowania dla twórczości i dorobku kulturowego.	do czerwca 2011 r. a następnie od 1 września 2011 r. (czasie roku szkolnego)	Koszty realizacji Przedsięwzięcia w ramach sprzedaży biletów - koszt biletu 3 zł. Dochód ze sprzedaży na honorarium dla muzyków.
------	---	---	--	--	--	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Koncerty chopinowskie to imprezy cykliczne, planowane na każdą pierwszą niedzielę miesiąca począwszy od lutego do listopada. Wpisane już od lat w kalendarz wydarzeń kulturalnych Sannik, a tym samym są jedną z cyklicznych ofert kulturalnych w Sannikach. Uczestniczą w niej miłośnicy muzyki klasycznej, kontynuacja ich to tradycja a zarazem promocja poprzez związek Chopina z miejscowością, tradycję regionu a także motywacje do nowych wyzwań i działań ze strony organizatorów aby forma tej oferty kulturalnej była atrakcyjna. Pozyskała to nowych miłośników muzyki i uczuliła na potrzeby dotychczasowych. Koncerty chopinowskie to także oferta dla młodych melomanów, którzy poznawać będą świat muzyki klasycznej a tym samym mogą odkryć pasję jakie w nich drzemia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2I	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Siemionowe fascynacje	<p>Planowana realizacja projektu jest w różnych formach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spotkania poświęcone Gałczyńskiemu z udziałem artystów zawodowych.</li> <li>• Wieczór poświęcony Okudźawie z udziałem artystów zawodowych.</li> <li>• Nadanie imienia W. Siemiona Gminnemu Ośrodkowi Kultury w Sannikach</li> </ul> <p>występy: St. Jasełki z poezją ludową występy zespołu ludowego Sanniki oraz wiele atrakcji.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kiermasz sztuki ludowej,</li> <li>• Wystawy połączone z wernisażem m.in. wystawa rzeźby „ Chrystus Frasobliwy”</li> <li>• Wyjazd do Petrykoz</li> <li>• Działania warsztatowe z młodzieżą ( wokół teatru i sztuki ludowej).</li> <li>• Wyjazdy na wydarzenia kulturalne np. do teatru, operetki..... ( po jednym w roku dla każdego partnera)</li> </ul>	Celem realizacji projektu jest uczczenie pamięci W. Siemiona poprzez realizację ciekawych wydarzeń naszej miejscowości a tym samym jej promocji oraz związków Siemiona z Sannikami.	planowane rozpoczęcie realizacji początek 2011 r.	koszty w/w projektu są w trakcie ustalania oraz pozyskiwane są środki na jego realizację.
------	---	-----------------------	---	---	---	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt realizowany w społeczności lokalnej na bazie tradycji i twórczości regionu a zarazem upamiętniając wielkiego popularyzatora wsi oraz kultury ludowej. Miłośnika poezji i muzyki w miejscu, w którym niegdyś tworzył wielkie dzieła wielki Polak, muzyk i kompozytor Fryderyk Chopin. Przez projekt upowszechniana jest kultura, promowany region oraz artyści związani z tym regionem. Nadanie imienia Gminnemu Ośrodkowi jest finalnym zamiarem projektu a tym samym promocją poprzez działalność artystyczną.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.2f	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Festiwal „Z Pasją na Ty”	<ul style="list-style-type: none"><li>• Festiwal „Z Pasją na Ty”, w którym uczestnicy będą mogli zaprezentować to co w nich jest wartościowe i pasjonujące, czym pochwalić przed szerszą publicznością. Festiwal to promocja siebie i własnych dokonań możliwość integracji. Warsztaty tematyczne( różne) i spotkania z ciekawymi znanymi artystami, twórcami, których inspiracją do ich pracy i twórczości była ich życiowa pasja. Bierzemy pod uwagę tutaj różne nurty kulturowe od współczesnych przez klasykę po ludowość.( Spotkania z artystami ludowymi, ludźmi świata muzyki klasycznej: (pianiści, kompozytorzy, śpiewacy operowi), malarzami, rzeźbiarzami a także twórcami muzyki i kultury współczesnej np. hip – hop, działania cyrkowe itp. ....</li><li>• Organizacja happeningów.</li><li>• Prezentacje artystyczne dla uczestników projektu i środowiska lokalnego w formie wydarzeń plenerowych, aby uczestnicy projektu mogli sami doświadczyć, że pasja talent jest czymś co owocuje sukcesem, a ścieranie się kilku nurtów kulturowych pozwoli utożsamić się odbiorcy ze swoją pasją i zainteresowaniem, a jednocześnie prezentacje będą wydarzeniem kulturalnym w każdym ze środowisk partnerów projektu. Prezentacje to organizacja występów różnych grup osób z pasją np.: zespołów rokowych, hip – hopowych, grup cyrkowych, zespołów ludowych kulturowej i społecznej jej uczestników, a także wzbogacenie oferty kulturalnej. Festiwal to finałny zamysł projektu, tu zgłaszać się będą mogły osoby oraz grupy. Wydarzenia odbędzie się w 1 miejscowości - dla wszystkich partnerów projektu (ogłoszony zostanie regulamin uczestnictwa).</li></ul>	Odkrywanie talentu, pasji oraz rozwój zainteresowań. Realizując w/w cel mamy na myśli zmiany w odbiorcy projektów : Motywacje i inspirację do działania i odkrywania potencjału jaki w nim drzemie, odnalezienie sensu życia. Zmianę mentalności na bardziej aktywną. Rozbudzenie potrzeb uczestnictwa w kulturze i dalszych przedsięwzięciach związanych z życiem kulturalnym .Zostanie wzbogacona oferta kulturalna w danym regionie, miejscowości społeczności. Zaspokojenie oczekiwań i potrzeb kulturalnych w grupie odbiorców Odkrycie talentów i pasji.	planowane rozpoczęcie realizacji w 2011 r. a zakończenie 2012 r.	koszty w/w projektu są w trakcie ustalania oraz pozyskiwane są środki na jego realizację
------	---	--------------------------	--	---	--	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt jest projektem partnerskim, w którym udział bierze 5 partnerów z Mazowsza Zachodniego (Bartniki, Gostynin, Płock, Pomiechówek i Sanniki) o różnych nurtach kulturowych od współczesnych przez klasykę po ludowość. Projekt zakłada że poprzez działania zostaną rozbudzone zainteresowania u ok. 400 osób poprzez warsztaty. Uaktywnione zostanie ok. 1500 osób poprzez spotkania różnego rodzaju i integrację, uaktywni ok. 5 500 osób poprzez prezentacje i festiwal. Finałnie wyłoni się poprzez projekt ok. 15 osób z talentem, z pasją. Partnerstwo w projekcie pozwoli promować instytucje w szerszym kręgu Mazowsza i może zaowocować dalszą współpracą.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.2m</b>	Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach	Wznowienie wydania publikacji „30 lat koncertów chopinowskich w Sannikach „1981-2010”	Udokumentowanie działalności kulturalnej poprzez relacje, recenzje i fotografie z wydarzeń koncertowych przez 30 letnią działalność koncertowa z udziałem wielkich sław z kraju i za granicy.	Promocja poprzez publikację.	2011 r.	15 000 zł
-------------	---	---	---	------------------------------	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Publikacja pozwoli na rozświetlenie instytucji i działalności jaką prowadzi w szerokim kręgu kulturalnym, społecznym dotrze do szerszego grona melomanów, którzy zapragną może kiedyś wziąć udział w naszych wydarzeniach kulturalnych.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.3) Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie**

<b>6.3a</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Ekspozycja na XVI Międzynarodowych Targach Wydawców Katolickich w Warszawie	Dzierżawa modułu stoiska ekspozycyjnego w Arkadach Kubickiego w Warszawie, promocja i sprzedaż publikacji wydanych przez Instytut, dystrybucja materiałów promocyjnych z informacjami o ofercie wydawniczej i bieżącej działalności IPJP2, prezentacja w katalogu wystawców	Dotarcie z ofertą wydawniczą do klientów indywidualnych i księgarzy, zaakcentowanie działalności i budowanie rozpoznawalnej marki Instytutu obok innych znaczących wydawców branży księgarskiej na rynku krajowym, upowszechnienie wiedzy o życiu i nauczaniu Jana Pawła II	8-10 kwietnia 2011 r.	4 000 zł
-------------	--	---	---	---	-----------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.3b	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Ekspozycja na 56. Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie	Dzierżawa modułu stoiska ekspozycyjnego w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie, promocja i sprzedaż publikacji wydanych przez Instytut, dystrybucja materiałów promocyjnych z informacjami o ofercie wydawniczej i bieżącej działalności IPJP2, prezentacja w katalogu wystawców	Dotarcie z ofertą wydawniczą do klientów indywidualnych i księgarzy, zaakcentowanie działalności i budowanie rozpoznawalnej marki Instytutu obok innych znaczących wydawców branży księgarskiej na rynku krajowym i międzynarodowym, upowszechnienie wiedzy o życiu i nauczaniu Jana Pawła II	19-22 maja 2011 r.	7 000 zł
------	--	--	--	---	--------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.3c	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Bieżąca promocja projektów realizowanych przez Instytut (papieskie sympozja, sesje, koncerty, konkursy, panele, warsztaty)	Tworzenie odrębnych stron internetowych poświęconych projektom, druk plakatów i ulotek dotyczących, dystrybucja na terenie woj. mazowieckiego (w przypadku akcji ogólnopolskich – dystrybucja na cały kraj) prezentacje medialne projektów (radio, prasa, Internet), zakup powierzchni reklamowej w prasie, bezpośredni mailing do grup i środowisk, do których adresowane są projekty, listy intencyjne do sponsorów, pozyskanie patronatów medialnych	Nagłośnienie akcji oraz pozyskanie dodatkowych środków na działania prowadzone przez Instytut m.in. Dziecięca Akademia Teatralna im. Karola Wojtyły, Papieskie Dęby w Szpitalach Dziecięcych, cykl konferencji poświęconych edukacji aksjologicznej w kontekście nauczania Jana Pawła II, Ogólnopolski Konkurs Papieski itd.	według grafiku działań poszczególnych projektów	30 000 zł
------	--	--	---	--	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.3d</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Kursy doskonalenia zawodowego dla nauczycieli w zakresie edukacji aksjologicznej według nauczania Jana Pawła II	W 2010 roku Instytut razem z Kuratorium Oświaty i Mazowieckim Centrum Doskonalenia Nauczycieli zainicjował cykl sympozjów aksjologicznych w kontekście nauczania Jana Pawła II, które odbywały się w delegaturach województwa mazowieckiego. Temat spotkał się z bardzo dużym oddźwiękiem środowisk szkolnych na Mazowszu, wśród których IPJP2 staje się coraz bardziej wyrazistą marką, propagującą dziedzictwo wartości Jana Pawła II, dlatego w roku 2011 planowana jest kontynuacja współpracy poprzez uruchomienie nowej oferty: Kursów doskonalenia zawodowego dla nauczycieli oparte o świat wartości w nauczaniu Jana Pawła II. Partnerstwo z Kuratorium Oświaty i Mazowieckim Centrum Doskonalenia Nauczycieli pozwala na korzystanie z szeroko z rozwiniętych kontaktów i kanałów dystrybucyjnych podmiotów działających w środowisku oświatowym	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II, zainteresowanie i współpraca ze środowiskiem szkolnym i akademickim, wychowywanie do wartości młodego pokolenia, budowanie rozpoznawalnej marki Instytutu w kręgach edukacyjnych	2011 r.	20 000 zł
-------------	--	---	--	---	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.3e</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Dziecięca Akademia Teatralna im. Karola Wojtyły	Warsztaty teatralne oparte na teatrze lalek mające na celu budowanie świadomości lokalnej. Projekt jest skierowany do dzieci ze szkół podstawowych z utrudnionym dostępem do zróżnicowanej oferty edukacyjnej ze względu na odległość od dużych ośrodków kulturotwórczych oraz sytuację materialną i mentalność ich rodziców. Projekt posiada własną stronę internetową z interaktywnym forum. We współpracę zaangażowani są znani i rozpoznawalni artyści teatralni i plastycy.	Dotarcie z ofertą kulturalną i upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II w zakresie działalności teatralnej, do środowisk wiejskich województwa mazowieckiego, budowanie wizerunku Instytutu poza obrębem dużych ośrodków kulturotwórczych	październik 2010 – maj 2011 r	20 000 zł
-------------	--	---	--	--	-------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.3f	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Papieskie Dęby w Szpitalach Dziecięcych	Projekt aranżacji wnętrz szpitali pediatrycznych pod hasłem „Papieskie ogrody”. Stworzenie przyjaznych warunków pobytu na oddziale dla najmłodszych pacjentów. Na ścianach oprócz barwnych dekoracji pojawiają się niosące nadzieję myśli z nauczania Jana Pawła II dotyczące wartości cierpienia i godności osób chorych.	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II w środowisku lekarskim i wśród pacjentów szpitali pediatrycznych, niesienie papieskiego przesłania o nadziei i sensie cierpienia, budowanie rozpoznawalności marki Instytutu poprzez działalność charytatywną	2011 r.	25 000 zł (koszt dla jednej placówki)
------	--	---	--	---	---------	--

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.3g	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Ogólnopolski Konkurs Papieski	Kolejna edycja cieszącego się ogromnym zainteresowaniem konkursu literackiego konkursu ogólnopolskiego poświęconego zagadnieniom z nauczania Jana Pawła II. Konkurs jest już rozpoznawalnym i oczekiwanym „wydarzeniem” na ogólnopolskiej mapie papieskich eventów i z roku na rok realizowany jest z coraz większym rozmachem	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II, budowanie wizerunku Instytutu w skali ogólnopolskiej	2011 r.	20 000 zł
------	--	-------------------------------	--	---	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.3h</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Warsztaty ekumeniczne dla gimnazjalistów	Warsztaty wokół dialogu międzyreligijnego w oparciu o nauczanie Jana Pawła II. Spotkania gimnazjalistów z przedstawicielami różnych wyznań, połączone z pracą indywidualną i zajęciami w grupach.	Aktywizacja młodzieży, niwelowanie uprzedzeń rasowych i religijnych, upowszechnianie idei ekumenizmu Jana Pawła II	2011 r.	5 000 zł
-------------	--	--	---	--	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.3i</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Olimpiada misyjna ze znajomości Afryki. Jan Paweł II w Afryce Południowej	Olimpiada organizowana w porozumieniu z Uniwersytetem Kardynała Wyszyńskiego, ciesząca się żywym zainteresowaniem młodzieży szkół ponadgimnazjalnych. Laureaci otrzymują indeksy na UKSW. Edycje zaplanowane na kolejne lata będą poświęcone wizytom Jana Pawła II w Afryce Zachodniej i Środkowo-Wschodniej. Olimpiada jest przedsięwzięciem ogólnopolskim i cyklicznym, co buduje rozpoznawalność marki Instytutu w środowisku oświatowym.	Zachęta do pogłębiania wiedzy o pontyfikacie Jana Pawła II wśród młodzieży licealnej, budowanie wizerunku Instytutu (zasięg ogólnopolski)	rok szkolny 2010/2011	10 000 zł
-------------	--	---	--	---	-----------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA****X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.3j</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Papamobile Superstar	Warsztaty dla najmłodszych – poprzez aktywizujące zabawy i możliwość przejażdżki miniaturą papamobile przedszkolakom przybliżana jest postać Jana Pawła II. Warsztaty odbywają się w przedszkolach województwa mazowieckiego.	Propagowanie poprzez zabawę wiedzy o życiu i pontyfikacie Jana Pawła II	2011 r.	5 000 zł
-------------	--	----------------------	---	---	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.3k</b>	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Cykl konferencji poświęconych podróżom Jana Pawła II po świecie „Jan Paweł II w Hiszpanii”, „Jan Paweł II na Ukrainie”, „Jan Paweł II na Litwie	Organizowane na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego sympozja tematyczne dotyczące podróży apostołskich Jana Pawła II stały się już tradycją Instytutu Papieża Jana Pawła II. Zapraszani na sesje eksperci, podróżnicy, ludzie kręgu nauki oraz towarzyszące sesji eventy, pokazy filmowe, wystawy cieszą się dużym zainteresowaniem wśród studentów	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II, budowanie wizerunku IPJP2 poprzez inicjatywy kulturalno-naukowe	2011 r.	4 000 zł
-------------	--	---	--	--	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.3I	Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie	Kultura audiowizualna w kontekście nauczania Jana Pawła II	W porozumieniu z UKSW zostanie zorganizowana kolejna edycja sesji kilkudniowej połączona z przeglądem filmów, wśród których ważny blok będą stanowić filmy o tematyce papieskiej.	Upowszechnianie dziedzictwa Jana Pawła II, budowanie wizerunku IPJP2 poprzez inicjatywy kulturalno-naukowe	2011 r.	10 000 zł
------	--	--	---	--	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

**X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*. Uwagi dodatkowe: Zalecana jest prezentacja fotokastu o Mazowszu na 5 minut przed projekcją filmów (fotokast zostałby udostępniony przez Biuro Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki).

**(6.4) Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie**

6.4a	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	Sezon teatralny 2010/2011 i 2011/2012 na Bielańskiej Scenie Kameralnej Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury w Warszawie  Widownia: na każdym spektaklu może być maksymalnie 210 osób	Przez cały sezon teatralny od 2.10.2010 do 30.06.2011 oraz od 1.10.2011 do 30.06.2012 : <ul style="list-style-type: none"><li>• Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski na: plakatach, afiszach, ulotkach, biletach, zaproszeniach, repertuarach (ekspozycja odpowiednio na miejskich słupach reklamowych – 3 szt. i w 13 punktach informacyjnych na terenie Warszawy)</li><li>• Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski na: roll-upach (6 szt.), 13 szt. stojakach reklamowych, 6 szt. potykaczach</li><li>• Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski w: reklamach prasowych (prasa lokalna i ogólnopolska; dodatki prasowe dotyczące kultury, edukacji) m.in.: Gazeta Wyborcza, Polska The Times, Metro, Super Express, Dziennik Gazeta Prawna, Newsweek Polska, Echo Bielan i Łomianek, Echo Żoliborza</li><li>• Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski na stronach internetowych <a href="http://www.mtmteatr.eu">www.mtmteatr.eu</a></li><li>• Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski na drukach akcydensowych MTM (wysyłanie korespondencji w sprawie patronatów honorowych, medialnych oraz ofert sponsorskich itp.)</li><li>• Ekspozycja roll-up'u Woj. Mazowieckiego w foyer Bielańskiej Sceny Kameralnej podczas spektakli MTM</li><li>• Ekspozycja roll-pów MTM z logo Mazowsze. Serce Polski w foyer Teatru Polskiego (7 szt.)</li><li>• Ekspozycja ulotek Województwa Mazowieckiego w foyer Bielańskiej Sceny Kameralnej podczas spektakli MTM</li><li>• Podkreślanie roli Samorządu Województwa Mazowieckiego jako instytucji finansującej MTM w wywiadach Dyrektora Izba w mediach. m.in.: Program 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, RDC, RMF MAX, RMF Classic, TVP Program 1 i 2, TVP Info, TVN Warszawa, Polsat News</li></ul>	Promocja spektakli wystawianych na Bielańskiej Scenie Kameralnej MTM  Promocja nowej sceny na Bielanach  Reklama sprzedaży biletów na spektakle z bieżącego repertuaru  Promocja MTM im. Jana Kiepury  Realizacja specjalnego programu muzycznego skierowanego do dzieci  Promocja wysokiej kultury na terenie dzielnicy Bielany	sezon teatralny 2010/2011 (2.10.2010-30.06.2011) i sezon teatralny 2011/2012 (1.10.2011-30.06.2012)  Bielańska Scena Kameralna Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury w Warszawie, ul. Żeromskiego 29	miesięczny koszt promocji około 25 000 zł + 22% VAT.  całkowity koszt przez dwa sezony wynosi 250 000 zł + 22% VAT
------	--	--	--	--	---	--



### OPIS DZIAŁANIA

Na nowej scenie MTM wystawiane są: kameralne koncerty muzyki poważnej, monodramy, recitale oraz teatralne spotkania edukacyjne dla dzieci z zakresu muzyki klasycznej i umuzykalnienia. Całość repertuaru została podzielona na trzy cykle: MONODRAMY GWIAZD, RECITALE SŁAW i EDUKACYJNE PORANKI MUZYCZNE DLA DZIECI MUZYKA GÓRA! PROWADZI TOMASZ KAMMEL. Naszym widzom przedstawiamy ciekawe spektakle w najlepszych, mistrzowskich wykonaniach.

Wybieramy przedstawienia, które zdobyły liczne nagrody na festiwalach teatralnych w Polsce i na świecie. Współpracują z nami: Dominika Ostałowska, Anna Seniuk, Dorota Stalińska, Krzysztof Tyniec, Stanisława Celińska, Bronisław Wrocławski, Marian Opania, Bohdan Łazuka, Grażyna Szapołowska, Artyści Piwnicy pod Baranami i wielu innych. Mocny akcent kładziemy na aspekt edukacyjny dzieci i młodzieży. Przygotowaliśmy cykl spotkań muzycznych dla dzieci. W każdą niedzielę o 12.30 (z wyłączeniem wakacji i świąt) są organizowane przedstawienia edukacyjne MUZYKA GÓRA! prowadzone przez Tomasza Kammela.

W sezonie 2010/2011 na Bielańskiej Scenie Kameralnej Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury spektakle są grane dwa razy w tygodniu w soboty o godz. 18.00 i w niedziele o godz. 12.30.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.4b	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	6. Koncert Noworoczny Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury w Filharmonii Narodowej  Widownia: maksymalnie 1072 osoby	<p>Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na ulotkach reklamowych 6. Koncertu Noworocznego dystrybuowanych w centrum Warszawy i w punktach sprzedaży biletów (nakład około 10.000 egz.) oraz na zaproszeniach VIP na koncert</li> <li>• w książeczkach programowych 6. Koncertu Noworocznego sprzedawanych przed koncertem</li> <li>• w ogłoszeniach prasowych min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”.</li> <li>• na plakatach promujących 6. Koncert Noworoczny (nakład 200 szt.)</li> <li>• na stronie internetowej www.mtmteatr.eu</li> <li>• na megaboardzie w Centrum Warszawy</li> <li>• na billboardach na terenie Warszawy (około 15 szt.)</li> <li>• na drukach akcydensowych MTM (wysyłanie korespondencji w sprawie patronatów honorowych, medialnych oraz ofert sponsorskich itp.)</li> <li>• Ekspozycja roll-up'u Woj. Mazowieckiego w foyer FN</li> <li>• Ekspozycja roll-pów MTM z logo Mazowsze. Serce Polski w foyer Teatru Polskiego (7 szt.)</li> <li>• Ekspozycja ulotek Województwa Mazowieckiego w foyer FN</li> <li>• Podkreślanie roli Samorządu Województwa Mazowieckiego jako instytucji finansującej MTM w wywiadach Dyrektora Izba w mediach. m.in.: Program 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, RDC, RMF MAX, RMF Classic, TVP Program 1 i 2, TVP Info, TVN Warszawa, Polsat News</li> </ul> <p>Podjęcie starań o udzielenie Honorowego Patronatu nad 6. Koncertem Noworocznym MTM przez Marszałka Województwa Mazowieckiego</p>	<p>Budowanie nowej tradycji wzorowanej na noworocznych koncertach filharmoników wiedeńskich</p> <p>Promocja wysokiej Kultury wśród mieszkańców stolicy i przyjezdnych gości</p> <p>Promocja Orkiestry MTM i samego Teatru</p> <p>Reklama sprzedaży biletów na koncert noworoczny</p>	1 stycznia 2011 r, godz. 17.00  Filharmonia Narodowa w Warszawie, ul. Jasna 5	50 000 zł + 22% VAT
------	--	--	--	--	---	---------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Już po raz szósty Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury organizuje KONCERT NOWOROCZNY w Filharmonii Narodowej w Warszawie. Tradycyjne 1 stycznia 2011 roku o godz. 17.00 wieczór poprowadzi światowej sławy dyrygent Jerzy Maksymiuk. Zagra Orkiestra Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury pod kierunkiem Maestro Maksymiuka. Wystąpi również francuska solistka z Opery Narodowej w Paryżu oraz światowej sławy zespół wokalny Affebre Concinui. Podczas koncertu będzie można usłyszeć najsłynniejsze przeboje operowe i operetkowe oraz wiedeńskie walce. Koncert zostanie powtórzony 3 stycznia w Teatrze Wielkim Operze Narodowej w Poznaniu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.4c	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	2. Koncert Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury Warszawiankom na Dzień Kobiet w Teatrze Polskim w Warszawie Widownia: maksymalnie 718 osób	<p>Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na ulotkach reklamowych 2. Koncert Warszawiankom na Dzień Kobiet dystrybuowanych w centrum Warszawy i w punktach sprzedaży biletów (nakład około 10.000 egz.) oraz na zaproszeniach VIP na koncert</li> <li>• w książeczkach programowych 2. Koncertu Warszawiankom na Dzień Kobiet sprzedawanych przed koncertem</li> <li>• w ogłoszeniach prasowych min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”, „Super Express” (patron medialny koncertu).</li> <li>• na plakatach 2. Koncert Warszawiankom na Dzień Kobiet promujących (nakład 200 szt.)</li> <li>• na stronie internetowej www.mtmteatr.eu</li> <li>• na drukach akcydensowych MTM (wysyłanie korespondencji w sprawie patronatów honorowych, medialnych oraz ofert sponsorskich itp.)</li> <li>• Ekspozycja roll-up'u Woj. Mazowieckiego w foyer Teatru Polskiego</li> <li>• Ekspozycja roll-pów MTM z logo Mazowsze. Serce Polski w foyer Teatru Polskiego (7 szt.)</li> <li>• Ekspozycja ulotek Województwa Mazowieckiego w foyer Teatru Polskiego</li> <li>• Podkreślanie roli Samorządu Województwa Mazowieckiego jako instytucji finansującej MTM w wywiadach Dyrektora Izba w mediach. m.in.: Program 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, RDC, RMF MAX, RMF Classic, TVP Program 1 i 2, TVP Info, TVN Warszawa, Polsat News</li> </ul> <p>Podjęcie starań o udzielenie Honorowego Patronatu nad 2. Koncertem Warszawiankom na Dzień Kobiet MTM przez Marszałka Województwa Mazowieckiego</p>	<p>Promocja wysokiej kultury wśród mieszkańców stolicy i przyjezdnych gości</p> <p>Promocja Artystów MTM i samego Teatru</p> <p>Reklama sprzedaży biletów na 2. koncert Warszawiankom na Dzień Kobiet</p>	8 marca 2011 r., godz. 19.00 Teatr Polski w Warszawie, ul. Karasia 2	20 000 zł + 22% VAT
------	--	---	---	---	---	---------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Koncert poprowadzi światowej sławy tenor WIESŁAW OCHMAN. W programie będą najpiękniejsze arie operowe i operetkowe oraz pieśni neapolitańskie w wykonaniu solistek i solistów MTM Operetka. W duetach wokalnych wystąpią Artyści MTM. Fragmenty taneczne z naszych spektakli operetkowych wykona balet MTM. Artystom towarzyszyć będzie orkiestra MTM.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.4d	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	<p>3. Koncert Warszawiakom na Wielkanoc Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury w Archikatedrze Warszawskiej p.w. Męczeństwa Jana Chrzciciela</p> <p>Widownia: maksymalnie 2.000 osób</p>	<p>Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na ulotkach reklamowych 3. Koncert Warszawiakom na Wielkanoc dystrybuowanych w centrum Warszawy i w punktach sprzedaży biletów (nakład około 10.000 egz.) oraz na zaproszeniach VIP na koncert</li> <li>• w repertuarach programowych 3. Koncert Warszawiakom na Wielkanoc rozdawanych publiczności przed koncertem</li> <li>• w ogłoszeniach prasowych min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”, „Super Express”.</li> <li>• na plakatach 3. Koncert Warszawiakom na Wielkanoc promujących (nakład 200 szt.) – wymiary B1 i A2</li> <li>• na stronie internetowej <a href="http://www.mtmteatr.eu">www.mtmteatr.eu</a></li> <li>• na drukach akcydensowych MTM (wysyłanie korespondencji w sprawie patronatów honorowych, medialnych oraz ofert sponsorskich itp.)</li> <li>• Ekspozycja roll-up'u Woj. Mazowieckiego w przedsionku kościoła</li> <li>• Ekspozycja roll-pów MTM z logo Mazowsze. Serce Polski w przedsionku kościoła (7 szt.)</li> <li>• Podkreślanie roli Samorządu Województwa Mazowieckiego jako instytucji finansującej MTM w wywiadach Dyrektora Izby w mediach. m.in.: Program 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, RDC, RMF MAX, RMF Classic, TVP Program 1 i 2, TVP Info, TVN Warszawa, Polsat News</li> </ul> <p>Podjęcie starań o udzielenie Honorowego Patronatu nad 3. Koncert Warszawiakom na Wielkanoc MTM przez Marszałka Województwa Mazowieckiego</p>	<p>Budowanie nowej tradycji koncertów wielkanocnych w Archikatedrze Warszawskiej</p> <p>Promocja wysokiej Kultury wśród mieszkańców stolicy i przyjezdnych gości</p> <p>Promocja MTM</p> <p>Reklama sprzedaży biletów na koncert wielkanocny</p>	<p>17 kwietnia 2011, godz. 17.00</p> <p>Bazylika Archikatedralna p.w. Męczeństwa Św. Jana Chrzciciela w Warszawie, ul. Kanonia 1</p>	<p>20 000 zł + 22% VAT</p>
------	--	--	---	--	--	----------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Już po raz trzeci zapraszamy warszawiaków na koncert wielkanocny, który odbędzie się 17 kwietnia o godz. 17.00 w Archikatedrze p.w. Męczeństwa Św. Jana Chrzciciela. W repertuarze: Msza D-dur Antoniego Dworzaka i 3. Litania Ostrobramska Stanisława Moniuszki. Wystąpią czeski chór z Muzycznego Teatru w Pradze i Orkiestra MTM im. Jana Kiepury pod kierownictwem czeskiego dyrygenta Jiří Petrdlíka. Honorowy patronat nad koncertem obejmie m.in. Arcybiskup Kazimierz Nycz Metropolita Warszawski.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.4e	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	<p>Uroczysta Gala Rozdania Teatralnych Nagród Muzycznych im. Jana Kiepury W Studiu Koncertowym Polskiego Radia im. Witolda Lutosławskiego</p> <p>Widownia: maksymalnie 400 osób                      Transmisja radiowa w Programie I Polskiego Radia około 3.000.000 Słuchaczy.</p>	<p>Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na ulotkach reklamowych Galę dystrybuowanych w centrum Warszawy i w punktach sprzedaży biletów (nakład około 10.000 egz.) oraz na zaproszeniach VIP na koncert</li> <li>• w książeczkach programowych Uroczystej Gali Rozdania TNM im. Jana Kiepury sprzedawanych przed koncertem</li> <li>• w ogłoszeniach prasowych min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”.</li> <li>• na plakatach promujących Galę i TNM im. Jana Kiepury</li> <li>• na stronie internetowej <a href="http://www.mtmteatr.eu">www.mtmteatr.eu</a></li> <li>• na megaboardzie w Centrum Warszawy</li> <li>• na billboardach na terenie Warszawy (około 15 szt.)</li> <li>• na drukach akcydensowych MTM (wysyłanie korespondencji w sprawie patronatów honorowych, medialnych oraz ofert sponsorskich itp.)</li> <li>• Ekspozycja roll-up'u Woj. Mazowieckiego w foyer Studia Koncertowego</li> <li>• Ekspozycja roll-pów MTM z logo Mazowsze. Serce Polski w foyer Studia Koncertowego (7 szt.)</li> <li>• Ekspozycja ulotek Województwa Mazowieckiego w foyer Studia Koncertowego</li> <li>• Podkreślanie roli Samorządu Województwa Mazowieckiego jako instytucji finansującej MTM w wywiadach Dyrektora Izbana w mediach. m.in.: Program 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, RDC, RMF MAX, RMF Classic, TVP Program 1 i 2, TVP Info, TVN Warszawa, Polsat News</li> <li>• Transmisja Uroczystej Gali wręczenia TNM im. Jana Kiepury w Programie I Polskiego Radia</li> </ul> <p>Podjęcie starań o udzielenie Honorowego Patronatu nad Uroczystą Galą wręczenia Teatralnych Nagród Muzycznych im. Jana Kiepury przez Marszałka Województwa Mazowieckiego</p>	<p>Promocja twórców teatrów muzycznych w całej Polsce</p> <p>Promocja wysokiej kultury we współpracy z Polskim Radiem realizującym zadania misyjne</p> <p>Promocja Artystów MTM</p> <p>Reklama sprzedaży biletów na uroczystą Galę wręczenia TNM Im. Jana Kiepury</p>	<p>16 maja 2011 r., godz. zależna od transmisji radiowej</p> <p>Studio Koncertowe Polskiego Radia im. Witolda Lutosławskiego ul. Modzelewskiego 58</p>	<p>50 000 zł + 22% VAT</p>
------	--	--	---	---	--	--------------------------------

## OPIS DZIAŁANIA

Pomysłodawcą przyznania Teatralnej Nagrody Muzycznej im. Jana Kiepury jest Dyrektor Naczelny i Artystyczny Mazowieckiego Teatru Muzycznego im. Jana Kiepury Włodzimierz Izban. Przedsięwzięcie to ma na celu propagowanie twórczości wielkiego polskiego tenora oraz promowanie Twórców teatrów muzycznych w całej Polsce.

W tym roku nagroda zostaną przyznane w jedenastu kategoriach:

- Najlepszy spektakl
- Najlepszy śpiewak
- Najlepsza śpiewaczka
- Najlepszy debiut (śpiewaka/śpiewaczki)
  - Najlepszy reżyser
  - Najlepszy dyrygent
- Najlepszy tancerz/tancerka
  - Najlepszy choreograf
  - Najlepszy scenograf
- Nagroda specjalna za całokształt pracy artystycznej

Kapituła w składzie: prof. Zdzisława Donat, dr Zofia Rudnicka, Maestro Wiesław Ochman, prof. Tadeusz Strugała oraz przewodniczący Włodzimierz Izban, spośród zgłoszeń nadesłanych przez teatry muzyczne w całej Polsce wybierze najlepszych twórców.

Jedynie w kategorii nagroda specjalna za całokształt pracy artystycznej wyboru dokonuje kapituła razem z publicznością. Melomani mogą głosować na swoich faworytów poprzez stronę [www.mtmteatr.eu](http://www.mtmteatr.eu) od 16 kwietnia do 5 maja 2011 roku.

Uroczystość wręczenia nagród odbędzie się w dniu urodzin wielkiego śpiewaka – 16 maja 2011 roku. Całość będzie transmitowana w Programie I Polskiego Radia.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.4f	Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie	<p>Koncert Mazowiecki Teatr Muzyczny Dzieciom na Dzień Dziecka</p> <p>Sala Kongresowa</p> <p>Widownia: 3.000 osób X 2 W sumie 6.000 osób</p>	<p>Zamieszczenie logotypu Mazowsze. Serce Polski:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na ulotkach reklamowych Koncert Mazowieckiego Teatru Muzycznego Dzieciom na Dzień Dziecka dystrybuowanych w centrum Warszawy i w punktach sprzedaży biletów (nakład około 10.000 egz.) oraz na zaproszeniach VIP na koncert</li> <li>• w repertuarach programowych rozdawanych publiczności przed koncertem</li> <li>• w ogłoszeniach prasowych min.: „Gazeta Wyborcza”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Polska The Times”, „Metro”, „Super Express” (patron koncertu).</li> <li>• na plakatach promujących Koncert Mazowieckiego Teatru Muzycznego Dzieciom na Dzień Dziecka (nakład 200 szt.) –wymiary B1 i A2</li> <li>• na stronie internetowej www.mtmteatr.eu</li> <li>• na drukach akcydensowych MTM (wysyłanie korespondencji w sprawie patronatów honorowych, medialnych oraz ofert sponsorskich itp.)</li> <li>• Ekspozycja roll-up'u Woj. Mazowieckiego w foyer Sali Kongresowej</li> <li>• Ekspozycja roll-pów MTM z logo Mazowsze. Serce Polski w foyer Sali Kongresowej (7 szt.)</li> <li>• Podkreślanie roli Samorządu Województwa Mazowieckiego jako instytucji finansującej MTM w wywiadach Dyrektora Izby w mediach. m.in.: Program 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, RDC, RMF MAX, RMF Classic, TVP Program 1 i 2, TVP Info, TVN Warszawa, Polsat News</li> </ul> <p>Podjęcie starań o udzielenie Honorowego Patronatu nad Koncertem Mazowieckiego Teatru Muzycznego Dzieciom na Dzień Dziecka przez Marszałka Województwa Mazowieckiego oraz Rzecznika Praw Dziecka</p>	<p>Promocja wysokiej Kultury wśród dzieci</p> <p>Przekazanie puli zaproszeń na koncert Dzieciom z Domów Dziecka</p> <p>Promocja Teatru MTM</p> <p>Reklama sprzedaży biletów na koncert dla dzieci</p>	<p>1 czerwca 2011 r. godz. 11.00 i 19.00</p> <p>Sala Kongresowa PKiN w Warszawie pl. Defilad 1</p>	<p>25 000 zł + 22% VAT</p>
------	--	--	---	---	--	--------------------------------

### OPIS DZIAŁANIA

W Dniu Dziecka MTM tradycyjnie organizuje dwa wydarzenia- przed południem dla najmłodszych po południu dla rodziców. Dla dzieci wystawiamy muzyczny spektakl edukacyjny „Dziecko w krainie muzyki” lub koncert, na którym występują artyści zaprzyjaźnieni z naszym Teatrem. Są także gry i zabawy z nagrodami od sponsorów. Wieczorem dla dorosłych wystawiamy jeden z naszych spektakli operetkowych ze stałego repertuaru. W przerwie organizujemy także konkursy z atrakcyjnymi nagrodami fundowanymi przez sponsorów.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



**(6.5) Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie**

6.5a	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Festiwal Sztuki Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja Katalogu</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: spoty radiowe, artykuły prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych, reklama prasowa</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* kampania spotów radiowych w rozgłośni regionalnej</li> <li>* kampania spotów radiowych na antenach rozgłośni lokalnych;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja wizualnej sztuki współczesnej z Mazowsza;</li> <li>* promocja najwybitniejszych współczesnych artystów, tworzących na Mazowszu;</li> <li>* promocja Mazowsza jako regionu atrakcyjnego turystycznie;</li> <li>* upowszechnianie informacji o projekcie w środowiskach lokalnych regionu Mazowsza;</li> <li>* upowszechnianie wiedzy o kulturze i sztuce współczesnej i artystach z Mazowsza w środowiskach stołecznych i w kraju;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego w środowiskach artystycznych i kulturalnych z Mazowsza;</li> </ul>	maj – październik 2011 r. Warszawa, Ciechanów, Ostrołęka	28 000 zł
------	--	--	--	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal jest realizowany wokół wybranego materiału. Wystawy i wydarzenia plastyczne mają zazwyczaj na celu prezentację artystów jako twórców. W projekcie Festiwal Sztuki „podmiotem” jest materiał (tworzywo). Wokół niego powstaje koncepcja wystawy. Projekt ma charakter otwarty, zapraszani artyści tworzą najczęściej w wybranym materiale, ale pojawiają się też prace, które rzadko udostępniane są publiczności np. matryce do grafik wytrawiane w metalu, kamień litograficzny, makiety z papieru, tradycyjna wycinanka ludowa „Drzewko życia”, itp. Inicjatorem tego typu podejścia do organizacji projektów plastycznych jest Leszek Sokoll.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5b	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Festiwal Wokół Teatru Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* kampania plakatowa;</li> <li>* projekt i produkcja gazetki festiwalowej</li> <li>* projekt i produkcja pocztówek festiwalowych</li> <li>* przygotowanie i obsługa strony internetowej festiwalu</li> <li>* projekt i wykonanie gadżetów festiwalowych</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* kampania spotów na antenie rozgłośni regionalnej i rozgłośni lokalnych</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja teatralnej sztuki współczesnej w środowiskach lokalnych z Mazowsza;</li> <li>* promocja Mazowsza jako regionu atrakcyjnego turystycznie;</li> <li>* promocja najwybitniejszych współczesnych artystów i zespołów teatralnych w środowiskach lokalnych z Mazowsza;</li> <li>* upowszechnianie informacji o projekcie w środowiskach lokalnych regionu Mazowsza;</li> <li>* upowszechnianie wiedzy o kulturze i sztuce współczesnej i artystach z Mazowsza w środowiskach stołecznych i w kraju;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego w środowiskach artystycznych i kulturalnych z Mazowsza i kraju;</li> </ul>	maj 2011 r., Ostrołęka	17 000 zł
------	--	--	---	--	---------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal „Wokół Teatru” to projekt artystyczny, edukacyjny i integracyjny, prezentujący ważne wydarzenia teatralne w szerokim spektrum gatunków, technik oraz praktyk interpretacyjnych. Festiwal prezentuje wiele powiązanych ideał przewodnią spektakli, warsztatów, paneli dyskusyjnych i spotkań twórców z publicznością. „Tematyczność” festiwalu jest cechą wyróżniającą go spośród innych wydarzeń tego typu. Każda edycja będzie kolejnym „inkubatorem” innej formy teatralnej. Głównym zadaniem festiwalu jest budowanie dialogu między różnymi kulturami, także między tzw. "kulturą niską" i "kulturą wysoką", pomostów międzypokoleniowych oraz propagowanie stylu życia opartego na aktywnym uczestnictwie w kulturze. Podczas festiwalu publiczność zobaczy spektakle plenerowe, zrealizowane zostaną warsztaty, działania performatywne, a także spotkania z wybitnymi twórcami teatru. Projekt jest adresowany do twórców, studentów, młodzieży, animatorów ruchu teatralnego, a przede wszystkim do społeczności lokalnej z Mazowsza.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5c	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Festiwal Twórczości Osób Niepełnosprawnych Radość Tworzenia Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykułu prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych</li> <li>* spoty radiowe</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* realizacja artystycznego filmu, podsumowującego projekt</li> <li>* kampania plakatowa na słupach Warexpo – Inauguracja/Koncert Galowy;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja działań artystycznych i prospołecznych w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* promocja kultury i sztuki osób niepełnosprawnych z Mazowsza na tle kraju;</li> <li>* promocja aktywnego trybu życia osób niepełnosprawnych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa działań społecznych;</li> <li>* pobudzanie i aktywizacja środowisk osób niepełnosprawnych w Warszawie i na Mazowszu;</li> </ul>	październik- grudzień 2011 r. Warszawa, Mazowsze	14 000 zł
------	--	---	--	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Ideą Festiwalu jest prezentacja osiągnięć twórczych i terapeutycznych w różnych dziedzinach sztuki – od plastyki poprzez muzykę, śpiew, ruch i taniec, po teatr i poezję. Uroczysta Inauguracja i Koncert Galowy odbędą się w Teatrze Rampa w Warszawie. Festiwal łącznie obejmuje: uroczystości inauguracji i zakończenia, osiem dni prezentacji zespołów i solistów. Łącznie 10 imprez. Finał – uroczysta gala w Teatrze Rampa.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5d	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Karawana 2011 Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykuły prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych</li> <li>* kampanie spotów radiowych na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* kampanie spotów radiowych w rozgłoszeniach lokalnych;</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* projekty i realizacja gadżetów</li> <li>* realizacja i emisja spotów na antenie TV lokalnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja twórczości i sztuki teatralnej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* promocja i aktywizacja kreatywności wśród mieszkańców najmniejszych miejscowości z Mazowsza;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza w środowiskach stołecznych i w kraju;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa działań artystycznych i społecznych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora działań artystycznych i społecznych;</li> </ul>	27 czerwca – 31 sierpnia 2011 r., Mazowsze	40 000 zł
------	--	--------------------------------------	--	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Czwarta edycja unikatowego projektu, który umożliwia mieszkańcom Mazowsza uczestniczenie w nowych, otwartych formach życia kulturalnego. Cykl przedstawień teatralnych oraz działań animacyjno-teatralnych z wykorzystaniem metod pedagogiki zabawy, zabaw dramowych, a także specjalistycznego sprzętu. Kolejne działania realizowane są małych – w każdym roku innych – miejscowościach Mazowsza: miasteczkach, wsiach i miejscach o szczególnie trudnym dostępie do kultury. Projekt jest propozycją umożliwiającą zapoznanie się z atrakcyjną ofertą artystyczną, ale także zachęca do twórczej aktywności. Celem programu jest m.in. stwarzanie okazji i warunków do wzbudzenia zainteresowania sztuką dzieci, młodzieży i dorosłych, organizacja czasu wolnego wokół atrakcyjnych i bezpłatnych działań kulturalnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.5e</b>	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Grafika Warszawska Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"><li>* projekt i produkcja plakatów</li><li>* kampania plakatowa na słupach Warexpo lub Outdoory;</li><li>* projekt i produkcja zaproszeń</li><li>* projekt i produkcja katalogów</li><li>* dokumentacja filmowa</li><li>* dokumentacja fotograficzna</li><li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykułu prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych;</li><li>* ogłoszenia w prasie branżowej</li><li>* prezentacja laureatów na branżowych portalach</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* promocja sztuki nowoczesnej</li><li>* przegląd potencjału twórczego środowiska mazowieckich artystów-grafików</li></ul>	styczeń-luty 2011 r., Warszawa, Galeria Test □	31 000 zł
-------------	--	---	---	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykliczna impreza, promująca współczesną grafikę z Mazowsza. W ostatnich latach stał się wydarzeniem skupiającym szerokie grono artystów i autorytetów w dziedzinie sztuk plastycznych. Konkurs adresowany jest do artystów plastyków oraz studentów wyższych uczelni plastycznych z Warszawy i województwa mazowieckiego. Uczestniczą w nim zarówno twórcy znani, posiadający już wybitny dorobek artystyczny, jak i początkujący. Uczestnicy konkursu sięgają po rozmaite techniki graficzne, poczynając od odbitek we wszystkich tradycyjnych technikach metalowych, poprzez drzeworyt, litografię, linoryt, serigrafię, techniki mieszane, a na technikach cyfrowych i pracach multimedialnych kończąc. Nagradzane co miesiąc prace tworzą stale powiększającą się kolekcję należącą do Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki. Obecnie liczy ona około 1000 prac.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5f	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Mazowieckie Klimaty Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja ulotek</li> <li>* projekt i produkcja banerów, roll-upów i materiałów reklamowych;</li> <li>* projekt i wykonanie gadżetów</li> <li>* reklama prasowa – cykl artykułów w prasie lokalnej (Tygodniki – Konsorcjum);</li> <li>* promocja prasowa – cykl artykułów w prasie stołecznej;</li> <li>* realizacja spotu audiowizualnego;</li> <li>* kampania spotów audiowizualnych na antenie telewizji stołecznej;</li> <li>* realizacja spotu audio;</li> <li>* kampania spotów radiowych na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* dokumentacja filmowa;</li> <li>* patronaty medialne (ŻW, TVP Warszawa, RDC, i inne)</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykułu prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych do mediów z Warszawy i Mazowsza;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja twórczości środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* promocja i aktywizacja kreatywności wśród mieszkańców najmniejszych miejscowości z Mazowsza;</li> <li>* wspieranie i promocja tradycji lokalnych organizacji, powiatów, samorządów, itd. z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego mecenasa wspierającego kulturę i sztukę oraz środowiska lokalne z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako instytucji integrującej działania kulturalne i artystyczne na Mazowszu;</li> <li>* wspieranie i promocja mazowieckiej tradycji;</li> <li>* promocja i wspieranie mazowieckiej historii, kultury, sztuki i rękodzieła;</li> </ul>	czerwiec 2011 r., Warszawa	50 000 zł
------	--	--	---	---	-------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Mazowieckie Klimaty to całodzienna impreza plenerowa, realizowana od 2002, podczas której odbywają się liczne prezentacje artystyczne, a także swoje osiągnięcia i działalność prezentują samorządy powiatowe, lokalne organizacje turystyczne, towarzystwa regionalne i mazowieckie instytucje kultury.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5g	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Mazowiecka Akademia Książki Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatu</li> <li>* projekt i produkcja zaproszeń</li> <li>* realizacja spotu audio</li> <li>* kampania spotów audio na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* dokumentacja fotograficzna;</li> <li>* promocja projektu w ramach działań barterowych w współpracy z patronami medialnymi: artykuły prasowe, informacje o projekcie na portalach internetowych;</li> <li>* szczególnie promocja i dystrybucja wybranych tytułów w prasie branżowej;</li> <li>* barter z Dwójką Polskiego Radia;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja projektów książkowych i wydawnictw, związanych z Mazowszem i Warszawą;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o tradycji, kulturze, historii oraz współczesności Mazowsza i Warszawy;</li> <li>* promocja wybitnych projektów literackich, związanych z Mazowszem;</li> <li>* promocja twórców literatury i naukowców, zainteresowanych kulturą, sztuką, tradycją i historią Mazowsza;</li> </ul>	czerwiec – grudzień 2011 r., Mazowsze i Warszawa	10 000 zł
------	--	--	--	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt ma charakter cykliczny. Głównym celem konkursu jest wspieranie projektów literackich i myśli oraz wydawnictw kulturalnych i naukowych związanych z historią, tradycją i kulturą Mazowsza – w tym Warszawy. Na konkurs można zgłaszać gotowe, nigdzie dotychczas niepublikowane książki, mieszczące się w jednej z trzech kategorii: literatura piękna, eseistyka kulturalna, nauki historyczne. Autorzy wybranych przez jury książek otrzymują nagrody – Mazowieckie Maki oraz honoraria. Finał kolejnych edycji odbywa się zazwyczaj w listopadzie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5h	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Festiwal Zespołów Kameralnych Muzyka na Trakcie Królewskim i Koncerty Królewskie Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja kalendarium</li> <li>* projekt i produkcja programów poszczególnych koncertów</li> <li>* kampania spotów na antenie RMF Classic/kampania barterowa</li> <li>* kampania spotów na antenie RMF Claasic/kampania płatna</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* patronaty medialne – bartery i wymiana świadczeń (m.in. Życie Warszawy, TVP Warszawa, The Visitor, RMF Classic);</li> <li>* bartery – artykuły sponsorowane w mediach lokalnych (Mazowsze i Warszawa);</li> <li>* kampania reklamowa na słupach Warexpo;</li> <li>* wysyłka newsletterów specjalnych – media, publiczność, VIP, itd.;</li> <li>* promocja poprzez stronę internetową MCKiS oraz partnerów, patronów, itd.;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja najwybitniejszych artystów/ zespołów z Mazowsza;</li> <li>* promocja współczesnej kultury i sztuki Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku festiwalu;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa koncertów muzyki klasycznej na najwyższym poziomie;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku MCKiS jako organizatora koncertów muzyki klasycznej na najwyższym poziomie;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerzej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach projektu;</li> </ul>	1 maja – 15 września 2011 r., Warszawa	31 000 zł
------	--	--	--	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykl letnich koncertów plenerowych, odbywających się na terenie historycznego Śródmieścia Warszawy (m.in. Wilanów, Trakt Królewski, Łazienki Królewskie) będących rodzajem filharmonii plenerowej. Koncerty odbywają się w każdą letnią niedzielę wakacji. Prezentacja najwybitniejszych polskich i zagranicznych orkiestr kameralnych, zespołów muzyki dawnej, salonowych oraz promenadowych, wykonujących standardy jazzowe, muzykę filmową i przeboje muzyki klasycznej.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5i	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Chopiniana IX Dni Fryderyka Chopina w Warszawie Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* projekt i produkcja plakatów</li> <li>* projekt i produkcja pocztówki wizerunkowej</li> <li>* projekt i produkcja książki programowej festiwalu</li> <li>* kampania spotów na antenie RMF Classic/kampania barterowa</li> <li>* kampania spotów na antenie RMF Claasic/kampania płatna</li> <li>* realizacja i emisja spotu 30" na antenie TVN Warszawa;</li> <li>* dokumentacja fotograficzna</li> <li>* patronaty medialne – bartery i wymiana świadczeń (m.in. Życie Warszawy, TVN Warszawa, RMF Classic);</li> <li>* bartery – artykuły ze zdjęciami w mediach lokalnych i ogólnopolskich;</li> <li>* kampania reklamowa na słupach Warexpo;</li> <li>* wysyłka newsletterów specjalnych – media, publiczność, VIP, itd.;</li> <li>* promocja poprzez stronę internetową MCKiS oraz partnerów, patronów, współorganizatorów, itd.;</li> <li>* realizacja happeningu promocyjnego (niestandardowego wydarzenia promocyjnego), związanego z życiem i twórczością Fryderyka Chopina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja kultury, sztuki i tradycji Mazowsza;</li> <li>* promocja najwybitniejszych postaci z Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Promotora Chopina – najwybitniejszego Mazowszanina;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa wydarzeń chopinowskich;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku MCKiS jako organizatora wydarzeń, promujących muzykę klasyczną i Chopina;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerzej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach projektu;</li> </ul>	termin realizacji działań promocyjnych 1 maja – 15 września 2011 r.	70 000 zł
------	--	--	--	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal, popularyzujący życie i twórczość najwybitniejszego polskiego kompozytora Fryderyka Chopina. Organizatorzy realizują go pomijając formę tradycyjnego recitalu. Koncerty, spektakle teatralne i baletowe, wystawy, pokazy mody (zazwyczaj plenerowe) odbywają się w Warszawie w obiektach związanych z osobą – życiem i twórczością Fryderyka Chopina. Festiwal został uznany w 2004 roku za najliczniejszy pod względem ilości osób na widowni w Polsce (dane uzyskane od Portalu InfoChopin).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5j	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	MazowieckaKsiazka.pl Sklep internetowy	<ul style="list-style-type: none"><li>* promocja sklepiku poprzez strony internetowe;</li><li>* promocja sklepiku poprzez wymianę linków;</li><li>* promocja sklepiku poprzez wysyłkę newsletterów;</li><li>* realizacja i wysyłka informacji prasowej o sklepiku;</li><li>* opracowanie profesjonalnego planu dystrybucji i zwartej promocji wydawnictw;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* promocja wydawnictw dotyczących kultury, sztuki, tradycji, historii i współczesności Mazowsza;</li><li>* zwiększenie i popularyzacja wiedzy na temat kultury Mazowsza;</li><li>* tworzenie dobrego wizerunku Mazowsza jako regionu bogatego kulturalnie i atrakcyjnego;</li><li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu województwa Mazowieckiego jako promotora dobrej książki;</li><li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako wydawcy białych kruków o Mazowszu;</li></ul>	cały rok	1 200 zł głównie działania barterowe; przychód ze sprzedaży książek
------	--	---	---	--	----------	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Sklep internetowy MazowieckaKsiążka.pl powstał w październiku 2010 roku. Stworzony został w celu promocji i lepszej dystrybucji internetowej wydawnictw, dotyczących kultury, sztuki, tradycji i historii Mazowsza. Wydawnictwa te realizowane są przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki oraz partnerów. Poprzez sklep odbywa się dystrybucja nie tylko wydawnictw drukowanych: książek, biuletynów, katalogów, ale też wydawnictw multimedialnych, płyt CD, plików mp3, gadżetów MCKiS, itd. W 2010 roku planujemy szczególną promocję sklepu poprzez linkowanie i kampanie internetowe a także odpowiedni dobór słów kluczowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.5k</b>	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Folder repertuarowy MCKiS/12 wydań Druk i dystrybucja	* realizacja projektu graficznego; * opracowanie repertuaru miesięcznego i kolejnych tekstów foldera; * profesjonalna korekta * druk foldera (12 razy po 1500 egzemplarzy); * dystrybucja foldera w wybranych, najważniejszych punktach artystycznych, kulturalnych i turystycznych stolicy; * dystrybucja foldera w materiałach/kopertach Poka-Poka	* promocja najważniejszych wydarzeń, realizowanych przez MCKiS na Mazowszu; * promocja kultury i sztuki oraz artystów z Mazowsza;	cały rok, co miesiąc	14 400 zł
-------------	--	--	---	--	----------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Folder repertuarowy to cykliczny comiesięczny druk, zawierający miesięczny repertuar i proponowaną ofertę wydarzeń, projektów, warsztatów, szkoleń i kursów, realizowanych przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki i proponowanych mieszkańcom Warszawy i Mazowsza w danym miesiącu. Folder drukowany jest w ostatnich dniach miesiąca poprzedzającego ten, na który jest przeznaczony. Dystrybucja foldera odbywać się będzie zgodnie z opracowaną wcześniej listą dystrybucyjną, na której znalazły się najważniejsze punkty turystyczne, kulturalne i artystyczne Warszawy. Planowana dystrybucja na 2011 rok również przez firmę dystrybucyjną Poka-Poka.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.5l</b>	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Legends Mazowsza – kalendarz 2012 rok; Kampania promocyjna i dystrybucyjna	* wykonanie cyklu 13 antropologicznych fotografii-portretów; * wykonanie projektu graficznego kalendarza; * opracowanie tekstów i składu kalendarza * druk kalendarza * dystrybucja wśród instytucji kultury, zwierzchników, kontrahentów, partnerów, sponsorów, mediów i dziennikarzy;	* promocja Mazowsza jako miejsca atrakcyjnego turystycznie; * popularyzacja wiedzy o znanych i mniej znanych postaciach, związanych z Mazowszem; * promocja Mazowsza jako miejsca turystyki kulturalnej;	listopad – grudzień 2011 r., Warszawa i Mazowsze	30 000 zł
-------------	--	---	---	--	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Kalendarz na 2012 rok (realizacja – 2011 rok) – Legendy Mazowsza - 13-stronicowy, artystyczny kalendarz, promujący region mazowiecki. O najbardziej znanych ludziach z Mazowsza – bohaterach współczesnego mazowieckiego życia społecznego, a więc – równocześnie o bohaterach współczesnych opowieści i legend. W specjalnie zaaranżowanym, acz naturalnym wizualnym kontekście, promującym region jako atrakcyjny i niezwykły dla zwiedzających – jako miejsce baśniowe, fantastyczne, miejsce z legend.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w kalendarzu. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5†	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	www.mckis.waw.pl Nowa strona internetowa Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki	<ul style="list-style-type: none"> <li>* przygotowanie projektu graficznego layoutu strony;</li> <li>* przygotowanie nowoczesnego panela administracyjnego i CMS</li> <li>* Newsletter okolicznościowy na temat nowej strony</li> <li>* wysyłka informacji prasowej o nowej witrynie internetowej</li> <li>* ręczne i barterowe pozycjonowanie strony – kontynuacja;</li> <li>* wysyłka informacji o nowej stronie do mediów branżowych;</li> <li>* całoroczna techniczna obsługa strony wraz z 9 podstronami;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja najważniejszych wydarzeń, realizowanych na Mazowszu;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako mecenasa wielu różnorodnych działań artystycznych i kulturalnych;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku MCKiS jako organizatora wielu wydarzeń kulturalnych w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* najbardziej bezpośrednie, szybkie i nowoczesne poinformowanie największej liczby odbiorców o wydarzeniach i projektach, realizowanych w W-wie i na Mazowszu;</li> </ul>	cały rok	30 000 zł
------	--	--	---	---	----------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Najskuteczniejszym środkiem informowania o kulturze i sztuce Mazowsza jest strona internetowa MCKiS [www.mckis.waw.pl](http://www.mckis.waw.pl), aktualizowana codziennie i zawierająca bogatą ofertę imprez i projektów. Funkcjonuje w dwóch wersjach językowych. Aktualna, bardzo rozbudowana pod względem struktury, witryna internetowa, zbudowana na nowoczesnym CMS-ie według szablonu Joomla, realizowana na podstawie trzech głównych założeń promocyjnych: oryginalna, wyróżniająca się grafika, odległa w wyglądzie od tzw. "urzędowej", typowej strony, jakich wiele, osiąga efekt promocyjny na zasadzie zaskoczenia, określa ją czytelność i dostępność oraz duże możliwości informacyjne. W 2011 roku planowana jest zmiana strony na bardziej nowoczesną graficznie i wizualnie, wzbogaconą o nowe narzędzia, rozwijającą interaktywny kontakt z odbiorcą. Wśród nich znajdują się takie narzędzia, jak interaktywne mapy czy specjalny blog o kulturze i tradycji Mazowsza. Strona będzie pozycjonowana na około 10 000 stron ogólnokulturalnych, branżowych, polskich i zagranicznych, poprzez linki i słowa kluczowe.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na stronie internetowej oraz w materiałach informacyjnych związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5m	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Mazowiecki Fundusz Filmowy	<ul style="list-style-type: none"> <li>* przygotowanie layoutu strony internetowej i panela administracyjnego Funduszu;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych na temat bieżących działań Fundusz</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych o inauguracji działań Funduszu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja sztuki filmowej, związanej z Mazowszem;</li> <li>* pobudzanie i rozwój sztuki filmowej na Mazowszu;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o Mazowszu w kraju i za granicą;</li> <li>* popularyzacja najlepszych współczesnych filmów, związanych z Mazowszem;</li> </ul>	cały rok	10 000 zł
------	--	----------------------------	---	--	----------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Celem Mazowieckiego Funduszu Filmowego jest dofinansowanie produkcji filmowej związanej z województwem mazowieckim. Fundusz organizuje prace związane z ogłaszaniem terminów konkursu, ich obsługą, prowadzeniem strony internetowej Funduszu. Zamieszczaniem informacji na stronie o miejscach, które mogą być wykorzystane przy realizacji powstających filmów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na stronie projektu oraz w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5n	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Kultura nie dla każdego? Konferencja ShortCut Europe Warszawa 2011 Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* pozyskanie patronów medialnych: GW, Polityka, NGO.pl, TOK.FM, TVP Warszawa, Independent, Krytyka Polityczna, Respublika Nova;</li> <li>* multimedialne wydawnictwo pokonferencyjne;</li> <li>* opracowanie identyfikacji wizualnej konferencji;</li> <li>* opracowanie layoutu i panelu, uruchomienie strony internetowej</li> <li>* realizacja gadżetów promocyjnych</li> <li>* nietypowe działania promocyjne, towarzyszące akcje artystyczne w przestrzeni publicznej;</li> <li>* dokumentacja foto</li> <li>* dokumentacja filmowa</li> <li>* wysyłka komunikatu pokonferencyjnego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja lokalnej polityki kulturalnej wśród władz i organizacji samorządowych;</li> <li>* promocja innowacyjności i integracji w działaniach kulturalnych;</li> <li>* promocja instytucji i centrów kultury w Polsce, Europie i na świecie;</li> <li>* promocja edukacji kulturalnej i animacji kultury w instytucjach państwowych;</li> <li>* promocja polityki kulturalnej Samorządu Województwa Mazowieckiego;</li> </ul>	październik/ listopad 2011 r. Warszawa	100 000 zł
------	--	--	--	--	--	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja będzie kolejną z serii Shortcut Europe - spotkań europejskich środowisk kultury organizowanych od 1996 roku. Konferencje te można porównać z tradycją polskich kongresów kultury. Służą refleksji o roli kultury we współczesnym świecie. Stanowią międzynarodowe forum debaty publicznej o kulturze i sztuce oraz platformę wymiany praktycznej wiedzy o strategiach i politykach kulturalnych. Konferencja warszawska będzie służyć wymianie wiedzy o politykach kulturalnych, centrach kultury i animatorach kultury ze „starej” i „nowej” Europy. Ponadto zostaną zaprezentowane nowatorskie rozwiązania z „nowego świata”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5o	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Biuletyn MCKiS'2011 rok	<ul style="list-style-type: none"> <li>* przygotowanie tekstów do Biuletynu i wybór zdjęć;</li> <li>* opracowanie projektów graficznych i składu biuletynu;</li> <li>* redakcje i korekty;</li> <li>* druk</li> <li>* opracowanie listy dystrybucyjnej;</li> <li>* dystrybucja</li> <li>* udostępnienie wersji elektronicznej na stronie internetowej MCKiS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja działań artystycznych i kulturalnych w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* promocja regionu jako atrakcyjnego pod względem turystycznym i kulturalnym;</li> <li>* popularyzacja działalności MCKiS wśród partnerów, sponsorów, mediów;</li> </ul>	październik-grudzień 2011 r., Warszawa i Mazowsze, Polska	12 000 zł
------	--	-------------------------	--	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wydawnictwo informacyjno-promocyjne, przedstawiające najważniejsze wydarzenia, zrealizowane przez MCKiS w 2010 roku. Zawiera informacje o najważniejszych wydarzeniach i osiągnięciach w działalności Instytucji, fotografie z wydarzeń, projektów, zdjęcia publikacji i wydawnictw, itd. Publikacja adresowana jest do potencjalnych partnerów, współorganizatorów, sponsorów, dziennikarzy i odbiorców działań public relations. Wersja elektroniczna Biuletynu dostępna będzie również na polskojęzycznej stronie internetowej MCKiS.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w treści Biuletynu oraz w materiałach informacyjnych związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.5p	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Artyści z Mazowsza Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* przygotowanie i wysyłka informacji prasowej</li> <li>* przygotowanie i opracowanie plakatu</li> <li>* przygotowanie i opracowanie katalogu</li> <li>* przygotowanie i wysyłka zaproszeń</li> <li>* działania na rzecz nawiązania kontaktów z artystami z zagranicy</li> <li>* przygotowanie i wysyłka newslettera do mediów i publiczności</li> <li>* dokumentacja fotograficzna;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja artystów zamieszkałych na terenie Mazowsza</li> <li>* rozwój turystyki kulturalnej - promocja miejsc, w których realizowany jest projekt;</li> <li>* promocja młodych artystów – debiutantów;</li> </ul>	wrzesień- listopad 2011 r.	15 000
------	--	---	---	--	----------------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt Artyści z Mazowsza ma na celu promocję artystów mieszkających na Mazowszu i skierowany jest przede wszystkim do tych twórców, którzy pochodzą z mniejszych miejscowości. Obok artystów mających już wyrobioną pozycję w środowisku do udziału w przedsięwzięciu zapraszani są twórcy o młodszym stażu. W ramach projektu planowany jest plener malarski, który stwarza dogodne warunki do kreatywnej pracy, jest miejscem konfrontacji postaw twórczych, integruje artystów, a młodym, początkującym twórcom ułatwia wprowadzenie w środowisko artystyczne. Niezależnie od pleneru, na dalszym etapie planowane są wystawy organizowane w instytucjach kultury w Warszawie oraz na terenie Mazowsza. Projektowi towarzyszy wydawnictwo w postaci katalogu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5r	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	III festiwal Mazovia Goes Baroque Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* zaprojektowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej projektu'2011: plakaty, ulotki, zaproszenia, folder programowy</li> <li>* druk plakatów</li> <li>* druk pocztówki promocyjnej</li> <li>* druk zaproszeń</li> <li>* druk foldera programowego;</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych;</li> <li>* stała aktualizacja strony internetowej</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie Dwójki Polskiego Radia;</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie radiowych rozgłośni lokalnych;</li> <li>* większe artykuły w prasie: GW Stołeczna, GW Płock, GW Radom, Rzeczpospolita, Życie warszawy, Dziennik,</li> <li>* większe artykuły w prasie lokalnej: Konsorcjum Tygodników lokalnych;</li> <li>* stała promocja na portalach społecznościowych oraz stronach internetowych branżowych;</li> <li>* stała promocja na portalach ogólnokulturalnych, miejskich, itd.</li> <li>* akcja konkursowa na portalu społecznościowym: facebook.com;</li> <li>akcja edukacyjno-promocyjna, powiązana z realizacją gazetki festiwalowej;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja kultury, sztuki i tradycji muzycznej Mazowsza;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza jako atrakcyjnego pod względem turystyki kulturalnej; rozwijanie turystyki kulturalnej na Mazowszu;</li> <li>* popularyzacja wysokiej kultury muzycznej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Promotora muzyki dawnej;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa ważnych wydarzeń muzycznych;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerszej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach projektu;</li> </ul>	luty – grudzień 2011 r., Warszawa, Radziejowice, Radom, Płock, itd.	25 000 zł
------	--	--	---	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Kilka mini-festiwali w ramach trwającej cały rok trzeciej edycji wędrującego festiwalu muzyki dawnej. Unikalna forma, niezwykła nazwa, intrygująca i bliska muzyka dawna, oryginalna strona internetowa, najlepsi zagraniczni wykonawcy – zarówno uznani, jak i młodzi – ci najciekawszy. Łącznie około 30 koncertów w ciągu całego roku. Festiwal zainicjowany w 2009 roku przez Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki, współorganizowany przez Dwójkę Polskiego Radia, dzięki niej za pośrednictwem transmisji i retransmisji docierający do słuchaczy nie tylko w Polsce, ale i w całej Europie. Głównym bohaterem pierwszej edycji festiwalu była orkiestra Arte dei Suonatori, należąca do czołówki polskich i europejskich zespołów barokowych wraz ze współpracującymi z nią znakomitymi solistami i dyrygentami. Centrum festiwalu jest Studio Koncertowe Polskiego Radia. Programy festiwalu obejmują bardzo szeroki repertuar muzyki dawnej, odchodząc w kilku przypadkach od tytułowego „baroku” i sięgając po muzykę z jednej strony średniowiecza, a z drugiej klasycyzmu. Dominują koncerty kameralne i recitale. Dyrektorem artystycznym festiwalu jest Cezary Zych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.5s</b>	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Mazowiecka Scena Młodych Działania promocyjne	<ul style="list-style-type: none"><li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych i tygodniowych;</li><li>* wysyłka informacji prasowych o poszczególnych koncertach i wydarzeniach;</li><li>* zamieszczenie informacji o wydarzeniach na stronie MCKiS, portalach branżowych, muzycznych, kulturalnych i miejskich;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* promocja i popularyzacja wysokiej sztuki muzycznej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li><li>* promocja młodych artystów muzyków z Mazowsza oraz artystów innych dziedzin w Warszawie;</li></ul>	marzec – październik 2011 r., Warszawa, Mazowsza	bez kosztów; działania PR, działania barterowe;
-------------	--	--	---	---	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykl kilku koncertów, realizowanych w ciągu roku. Łączy różne dziedziny sztuki. Powstał z myślą nie tylko o artystach najmłodszej generacji – utalentowanych uczniach podstawowych i średnich szkół muzycznych - ale także studentach i absolwentach uczelni muzycznych oraz innych szkół artystycznych z Mazowsza. Ma im ułatwić rozpoczynanie profesjonalnej kariery artystycznej, co w obecnych warunkach rynkowych i ekonomicznych jest niezwykle trudne. Projekt pełni także funkcję integrującą środowisko organizatorów i animatorów kultury na terenie województwa mazowieckiego poprzez realizację wspólnych przedsięwzięć.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5t	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Mazowsze w Koronie Kampania promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>* wykonanie projektów: plakatu, ulotek, zaproszeń;</li> <li>* druk plakatów</li> <li>* druk ulotek</li> <li>* druk zaproszeń</li> <li>* druk foldera programowego</li> <li>* pozyskanie patronów medialnych</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie rozgłośni regionalnej;</li> <li>* kampanie promocyjne na antenie radiowych rozgłośni lokalnych;</li> <li>* większe artykuły w prasie: GW Stołeczna, GW Płock, GW Radom, - większe artykuły w prasie lokalnej: Konsorcjum Tygodników lokalnych;</li> <li>* materiały informacyjne w rozgłoszeniach radiowych;</li> <li>* stała promocja na portalach społecznościowych oraz stronach internetowych branżowych;</li> <li>* stała promocja na portalach ogólnokulturalnych, miejskich, itd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja kultury, sztuki i tradycji muzycznej Mazowsza;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza jako atrakcyjnego pod względem turystyki kulturalnej; rozwijanie turystyki kulturalnej na Mazowszu;</li> <li>* popularyzacja wysokiej kultury muzycznej w środowiskach lokalnych Mazowsza;</li> <li>* tworzenie dobrego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Promotora muzyki dawnej;</li> <li>* tworzenie pozytywnego wizerunku Samorządu Województwa Mazowieckiego jako Mecenasa ważnych wydarzeń muzycznych;</li> <li>* rozwój turystyki, w tym turystyki kulturalnej w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* poinformowanie jak najszerszej publiczności bezpośrednio i za pomocą mediów o wydarzeniach w ramach projektu;</li> </ul>	kwiecień – październik 2011 r., Mazowsze	15 000 zł
------	--	---	---	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykl staropolskich wieczorów muzycznych realizowanych w zabytkach architektury średniowiecznej, renesansowej i barokowej dawnego Księstwa Mazowieckiego, z replikami programów w innych ośrodkach kulturalnych obecnego województwa mazowieckiego. Każdy z koncertów poprzedzany jest esejem historycznym prezentującym wybrane zagadnienia z przeszłości mazowieckiej ziemi i komentarzem muzycznym. W programach koncertów znajduje się dawna muzyka europejska, powiązana z epoką powstania obiektu architektonicznego. Wykonawcami wieczorów są czołowe polskie zespoły muzyki dawnej, zespoły chóralskie, orkiestry, wybitni soliści, muzykolodzy, historycy z PAN-u, Uniwersytetu Warszawskiego, Muzeum Historycznego m. st. Warszawy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5u	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	VIII Mazowiecki Festiwal Teatrów Obrzędowych Działania promocyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>* pozyskanie odpowiednich patronów medialnych (patroni branżowi);</li> <li>* wysyłka informacji prasowej o konkursie;</li> <li>* wysyłka informacji prasowej o gali finałowej Festiwalu;</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych i tygodniowych;</li> <li>* zaaranżowanie wywiadów w rozgłośniach radiowych;</li> <li>* realizacja spotu audio;</li> <li>* kampania spotów radiowych na antenie rozgłośni regionalnej;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* popularyzacja wiedzy o obrzędach i zwyczajach Mazowsza;</li> <li>* pobudzanie turystyki kulturalnej regionu;</li> <li>* promocja tradycji i kultury Mazowsza w sposób atrakcyjny, spójny i nowoczesny;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o obrzędach i zwyczajach Mazowsza w środowiskach lokalnych regionu;</li> </ul>	styczeń-wrzesień 2011 r.	5 000 zł
------	--	--	--	--	--------------------------	----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Celem Festiwalu jest kultywowanie mazowieckiej specyfiki kulturowej, promowanie twórczości opartej na tradycjach regionalnych, wykorzystanie wzorców tradycyjnych we współczesnych działaniach twórczych, oraz pobudzenie aktywności teatralnej społeczności lokalnych Mazowsza poprzez umożliwienie zespołom wymiany doświadczeń warsztatowych i artystycznych. Do udziału w festiwalu zapraszamy zespoły, które wykorzystując wiedzę o tradycjach regionu zaprezentują przedstawienia będące przeniesieniem obrzędów na scenę lub są autorskim spektaklem z wykorzystaniem wiedzy o specyfice kulturowej w miejscu zamieszkania. Wymaga to przeprowadzenia badań i dokonania zapisów dotyczących tradycji obrzędowych w regionie. Finał – we wrześniu w Warszawie, w siedzibie Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki przy ulicy Elektoralfnej 12.

#### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5w	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Tradycja Mazowska Cykl wydawniczy, dalsze tomy	<ul style="list-style-type: none"> <li>* wydanie kolejnych tomów, dotyczących powiatów, m.in.: Kozienskiego, Nowodworskiego i innych;</li> <li>* promocja wydawnictw na stronie internetowej MCKiS</li> <li>* promocja wydawnictw w mediach i portalach branżowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* rozwój turystyki kulturalnej na Mazowszu;</li> <li>* promocja regionu Mazowsza;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o Mazowszu;</li> <li>* pobudzenia zainteresowania kulturą Mazowsza;</li> <li>* popularyzacja wiedzy o regionach Mazowsza: ich tradycji, kulturze, zwyczajach, obyczajach, obrzędach, opowieściach, itd.;</li> </ul>	cały rok, Warszawa	60 000 zł
------	--	---	---	--	-----------------------	-----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Seria wydawnicza promująca Mazowsze, przypominająca jego historię, walory kulturowe i etnograficzne. W 2011 r. planujemy opublikowanie kilku kolejnych pozycji, dotyczących mazowieckich powiatów, ich historii, kultury i tradycji. Owocem projektu będzie komplet 38 monografii wszystkich mazowieckich powiatów. Seria Tradycja Mazowska. Przewodniki subiektywne to nietypowe przewodniki. Pisane z myślą o osobach zainteresowanych „małą historią” – nie mniej ciekawą niż ta znana ze stron szkolnych podręczników, tworzone dla czytelników poszukujących indywidualnego oblicza kulturowego, pokazują Mazowsze wielu tradycji i wielu źródeł. Publikacje Tradycji Mazowska są pomocne w pracy ośrodków kultury, szkół i bibliotek, gdyż zawierają unikatową wiedzę o najbliższych „małych ojczyznach”. Na każdy tytuł składają się szkice o dziejach historycznych, specyfice etnograficznej, noty poświęcone wybranym miejscowościom, informacje o twórcach ludowych i obyczajach. Obfitość fotografii dopełnia wartości dzieł i w najlepszy sposób promuje atrakcyjność turystyczną i kulturalną regionu Mazowsza.

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w wydawnictwach oraz w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5y	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Odkrywanie Tradycji Mazowsza Cykl wydawniczy, dalsze tomy	<ul style="list-style-type: none"> <li>* opracowanie layoutu strony internetowej o obrzędach i Tracjach Mazowsza;</li> <li>* opracowanie CMS i panela administracyjnego dla strony;</li> <li>* uruchomienie strony internetowej;</li> <li>* realizacja krótkiego filmu reklamowego, dotyczącego cyklu;</li> <li>* emisja filmu w Internecie, na stronie MCKiS, zaprzyjaźnionych stronach internetowych, facebooku, youtube, itd.;</li> <li>* wydanie kolejnych tomów, poświęconych tradycjom i obrzędom Mazowsza;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* popularyzacja wiedzy o obrzędach i zwyczajach Mazowsza;</li> <li>* pobudzanie turystyki kulturalnej Mazowsza;</li> <li>* promocja tradycji i kultury Mazowsza w sposób atrakcyjny i nowoczesny;</li> </ul>	cały rok	30 000 zł
------	--	--	--	---	----------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt Odkrywanie Tradycji Mazowsza (realizowany od 2008 roku) jest przygotowywany z myślą o rozbudzeniu zainteresowania wiedzą o kulturach tradycyjnych mazowieckich regionów wśród odbiorców w wieku gimnazjalnym i licealnym. W ramach projektu przygotowywane są materiały tekstowe, dźwiękowe i filmowe związane z zagadnieniami tradycyjnego rzemiosła, muzyki oraz obrzędowości różnych cykli życia. Materiały przygotowywane są przez specjalizujących się w temacie studentów lub absolwentów Instytutu Muzykologii i Etnologii, mających łatwość w docieraniu ze swymi spostrzeżeniami do adresatów przedsięwzięcia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na stronie projektu oraz w materiałach wydawniczych, informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5z	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Galerie MCKiS	<ul style="list-style-type: none"> <li>* comiesięczne ogłoszenia w prasie branżowej</li> <li>* comiesięczne ogłoszenia w branżowym portalu internetowym</li> <li>* comiesięczny branżowy newsletter</li> <li>* wysyłka newsletterów okolicznościowych i tygodniowych MCKiS</li> <li>* promocja na stronach internetowych – ogólnokulturalnych, miejskich;</li> <li>* druk zaproszeń, katalogów, plakatów poszczególnych wystaw;</li> <li>* wysyłka informacji prasowych poszczególnych wystaw oraz zaproszeń do dziennikarzy;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* promocja sztuki wizualnej z Mazowsza, kraju i świata;</li> <li>* promocja artystów sztuk wizualnych z kraju i z zagranicy w Warszawie i na Mazowszu;</li> <li>* promocja młodych artystów z mazowsza i Polski w kraju i za granicą;</li> </ul>	cały rok	58 000 zł
------	--	---------------	--	---	----------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**



Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.5ż	Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki w Warszawie	Centrum Aktywności Twórczej Osób Niepełnosprawnych Działania promocyjne	* promocja wszelkich działań związanych z projektem Centrum Aktywności * wysyłka newsletterów okolicznościowych i tygodniowych do mediów i do publiczności * zamieszczanie bieżących działań związanych z tym projektem na stronie internetowej MCKiS	* promocja imprez kulturalnych dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych; * promocja kreatywności wśród osób niepełnosprawnych; * promocja twórczości osób niepełnosprawnych; * animacja i integracja środowiska osób niepełnosprawnych; * prezentacja osiągnięć artystycznych niepełnosprawnych dzieci, młodzieży i dorosłych obejmujących różne dziedziny sztuki;	cały rok	20 000 zł
------	--	--	---	---	----------	-----------

## OPIS DZIAŁANIA

Zakończony we wrześniu 2010 roku remont miał na celu również dostosowanie budynku do potrzeb osób niepełnosprawnych. Program Centrum Aktywności jest obecnie na etapie przygotowań. Oprócz nowych propozycji ma on uwzględnić dotychczasowe działania Mazowieckiego Centrum Kultury i Sztuki na rzecz osób niepełnosprawnych. Do nich należy m.in. Mazowiecki Festiwal Twórczości Osób Niepełnosprawnych Radość Tworzenia (prezentacja osiągnięć artystycznych niepełnosprawnych dzieci, młodzieży i dorosłych obejmujących różne dziedziny sztuki), czy Teatr Ruchu Balonik (rehabilitacja osób niepełnosprawnych poprzez, choreoterapię). Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki już od początku 2010 roku na swojej stronie internetowej zamieściło symboliczny znaczek informujący osoby niepełnosprawne o dostępności imprez organizowanych przez MCKiS na terenie Warszawy i Mazowsza. To znacznie ułatwia rozeznanie, na którą z tych imprez może wybrać się osoba niepełnosprawna.

### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.6) Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu**

<b>6.6a</b>	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Stefan Gierowski Malowanie dziesięciorga przykazań	przed prezentacją: Konferencja prasowa Plakaty – 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> w trakcie prezentacji: wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom po prezentacji: Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	maj-czerwiec 2011 r.	6 000 zł
-------------	---	---	--	---	----------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Prezentacja plenerowa dziesięciu bannerów o wymiarach 3,5 x 5 m, będących kopiami obrazów Stefana Gierowskiego z cyklu „Malowanie dziesięciu przykazań”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6b	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Dominik Jałowiński, Piotr Wysocki	<p>przed prezentacją:  Konferencja prasowa  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  w trakcie prezentacji:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po prezentacji:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	lipiec 2011 r.	6 000 zł
------	---	-----------------------------------	---	---	----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Akcja artystyczna polegająca na dokumentacji i prezentacji filmu z działania polegającego na „konfrontacji” umownej grupy radomskich pakurowców i plutonu interwencyjnego policji. Jest ona artystycznym odnośnikiem do wydarzeń radomskiego czerwca '76. Jest to artystyczne spotkanie wnuków robotników radomskich i wnuków członków plutonu ZOMO.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6c	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Adam Kalinowski	<p>przed prezentacją:  Konferencja prasowa  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  w trakcie prezentacji:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po prezentacji:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	sierpień 2011 r.	6 000 zł
------	---	-----------------	---	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wybitny artysta specjalizujący się w wielkich przestrzennych instalacjach zrealizuje w Radomiu jedną ze swoich instalacji o charakterze ekologicznym.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6d	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Piotr C. Kowalski	<p>przed prezentacją:  Konferencja prasowa  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  w trakcie prezentacji:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po prezentacji:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	wrzesień 2011 r.	6 000 zł
------	---	-------------------	---	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Prezentacja instalacji Piotra C. Kowalskiego „Obrazy przeszłe”

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6e	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Warhol z Radomia	<p>przed imprezą:                  Konferencja prasowa                  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta                  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia                  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów                  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych                  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji                  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>                  w trakcie imprezy:                  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom                  po imprezie:                  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu wśród potencjalnych uczestników konkursu oraz publiczności	luty-marzec 2011 r.	6 000 zł
------	---	------------------	--	--	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza konkursowa o zasięgu, tymczasowo, ogólnopolskim, a w przyszłości międzynarodowym, realizowana wspólnie ze Szkołą Mistrzów Reklamy Akademii im. Koźmińskiego. Historyczne nawiązanie do pojęcia „warchoła z Radomia” oraz mistrza pop-artu Andy’ego Warhola to semantyczna zabawa mająca na celu uatrakcyjnienie medialne dla młodych designerów różne media

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6f	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Global Communication Festival	<p>przed imprezą:  Konferencja prasowa  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	kwiecień 2011 r.	6 000 zł
------	---	-------------------------------	---	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Trzecia edycja międzynarodowego festiwalu performance, w którym uczestniczą artyści z kilkunastu krajów świata od Japonii po Kanadę. W tym roku realizacja i prezentacja będzie wspólna w trzech miejscach: Elektrownia w Radomiu (PL), The Mouse of Art, Brno (CZ), The KUB Gallery, Leipzig (GER).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6g	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	4. Festiwal Sztuki im. Jerzego Buszy	<p>przed imprezą:  Strona internetowa projektu  Konferencja prasowa  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a></p> <p>w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p>po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	4-5 grudnia 2011 r.	5 000 zł
------	---	--------------------------------------	--	---	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal poświęcony pamięci radomskiego artysty-filozofa i estetyka, Jerzego Buszy. Jest to czwarta edycja realizowana wspólnie z Centrum Rzeźby Polskiej w Orońsku. W przyszłości planowana jest jako impreza międzypokoleniowa, planowana jest jako impreza biennialowa o zasięgu międzynarodowym. 4 grudnia otwarcie wystawy w CRP Orońsko, Galeria Piekary – Polska awangarda (Sosnowski, Dłubak, Wojciechowski, Lachowicz, Gajewski i inni). 5 grudnia – wystawa fotografii Kamila Studzińskiego w MCSW „Elektrownia” i performance Jana Świdzińskiego.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.6h	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	4. Zimowy Przegląd Filmowy „Koksownik”	<p>przed imprezą:  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Ulotki informacyjne  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl</p> <p>w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p>po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wydarzeniu	grudzień 2011 r.	2 000 zł
------	---	--	--	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Czwarta edycja przeglądu filmów poruszających problematykę praw człowieka we współczesnym świecie. Pokazom towarzyszyć będą prelekcje, wykłady, spotkania z aktorami.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6i	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Elektryzujące Maratony Filmowe	<p>przed imprezą:  Plakaty - 100 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rzesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl</p> <p>w trakcie imprezy:  Ekspozycja logo Mazowieckiego Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia” na roll-upie w kinie Helios</p>	Rozpowszechnienie informacji o imprezie.	styczeń-grudzień 2011 r.	14 400 zł
------	---	--------------------------------	---	--	--------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykliczna impreza filmowa realizowana w każdy trzeci poniedziałek miesiąca w CF HELIOS w Radomiu, podczas której prezentowane są trzy filmy premierowe

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6j	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Kino na trawie	przed imprezą: Plakaty - 100 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta Ulotki informacyjne Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> w trakcie imprezy: Ekspozycja logo Mazowieckiego Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia” na roll-upie w kinie Helios po imprezie Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>	Rozpowszechnienie informacji o imprezie.	czerwiec-wrzesień 2011 r.	1 800 zł
------	---	----------------	---	--	---------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykliczna impreza, podczas której w każdy wakacyjny wtorek prezentowany jest film. Impreza odbywa się w plenerze.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6k	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Kolekcja Mazowieckiego Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia”	<p>przed imprezą:  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl</p> <p>w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom</p> <p>po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o imprezie.	styczeń/luty 2011 r.	x
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Prezentacja części zbiorów Mazowieckiego Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia” Galerii Spojona 2, ASP w Warszawie.						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.6I</b>	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Obrazy z różnych domów – Jerzy Czuraj	przed imprezą: Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> w trakcie imprezy: wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom po imprezie: Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych	Rozpowszechnienie informacji o imprezie.	sierpień 2011 r.	1 500 zł
-------------	---	---------------------------------------	--	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza towarzysząca festiwalowi „Dwa Brzegi, Kazimierz Dolny-Janowiec” będące retrospektywnym pokazem twórczości zmarłego w ubiegłym roku artysty. Wystawa zostanie zaprezentowana w Kamienicy Celejowskiej w Kazimierzu Dolnym.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6t	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Radziejowice XXVIII – wystawa poplenerowa	<p>przed imprezą:            Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta            Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia            Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób            Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów            Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych            Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji            Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>            w trakcie imprezy:            wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom            po imprezie:            Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o imprezie.	I poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	---	--	--	----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa trzydziestu dwóch artystów polskich i zagranicznych będąca pokłosiem pleneru i sympozjum naukowego prowadzonego od początków istnienia przez dr Bożenę Kowalską – wybitnego krytyka sztuki. MCSW „Elektrownia jest beneficjentem otrzymującym obrazy z tego pleneru, które są zaczątkiem kolekcji artystów posługujących się językiem geometrii im. Bożeny Kowalskiej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6m	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Artur Winiarski-malarstwo	<p>przed imprezą:  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	---------------------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Profesor Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, wybitny malarz i pedagog. Wystawa będzie realizacją umowy o współpracy pomiędzy MCSW „Elektrownia” i Akademią Sztuk Pięknych w Warszawie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

*Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.*

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6n	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Berdyszak, Jagielski, Łuczaj, Ługowski, CZTERECH	<p>przed imprezą:  Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>  w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	--	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa czterech znakomitych artystów, pedagogów ASP w Poznaniu, Warszawie, Instytutu Sztuk Pięknych Uniwersytetu Humanistycznego w Kielcach, realizowana w ramach współpracy MCSW „Elektrowni” w tymi instytucjami.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6o	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Sikorski+Susid	<p>Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta                  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia                  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób                  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów                  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych                  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji                  Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>                  w trakcie imprezy:                  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom                  po imprezie:                  Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	----------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Artystyczna impreza zorganizowana z okazji objęcia przez Polskę Prezydencji w Unii Europejskiej z wykorzystaniem dorobku artystycznego dwóch wybitnych artystów polskich – Tomasza Sikorskiego i Pawła Susida.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6p	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Włodzimierz Pawlak	<p>Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta          Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia          Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób          Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów          Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych          Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji          Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a>          w trakcie imprezy:          wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom          po imprezie:          Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	--------------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

„Tablice dydaktyczne” – pierwsza wystawa artysty po długim okresie nieuczestniczenia w życiu artystycznym kraju. Członek słynnej „Grupy”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.6r	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Leszek Kwiatkowski	<p>Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta  Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia  Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl  w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	--------------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

**X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6s	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Katarzyna Pietrzak	<p>Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób  Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów  Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych  Rzesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji  Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl  w trakcie imprezy:  wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom  po imprezie:  Relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	1 000 zł
------	---	--------------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa malarstwa radomskiej artystki

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6t	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Anna Wojdała	Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji Umieszczenie informacji na stronie internetowej <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> w trakcie imprezy: wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediach po imprezie: Relacja zamieszczona na stronie <a href="http://www.elektrownia.art.pl">www.elektrownia.art.pl</a> oraz artystycznych portalach internetowych	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	1 000 zł
------	---	--------------	---	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa malarstwa radomskiej artystki

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6u	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Jerzy Czuraj	<p>Plakaty - 200 sztuk rozwieszonych na słupach w różnych punktach miasta          Banner informacyjny umieszczony w centrum Radomia Zaproszenia spersonalizowane skierowane do około 300 osób          Akcja mailingowa skierowana do około 600 subskrybentów          Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych          Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji          Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl          w trakcie imprezy:          wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom          po imprezie:          Relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o wystawie.	II poł. 2011 r.	6 000 zł
------	---	--------------	---	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Kolejna odsłona projektu. Prezentacja malarstwa zmarłego w ubiegłym roku artysty.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.6w	Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej "Elektrownia" w Radomiu	Radziejowice XXIX	<p>Przed plenerem          Zaproszenia spersonalizowane do około 100 artystów          Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia w portalach internetowych          Rozesłanie informacji prasowych do redakcji czasopism, radia i telewizji          Umieszczenie informacji na stronie internetowej www.elektrownia.art.pl          w trakcie imprezy:          wykonanie dokumentacji fotograficznej i video na bieżąco przekazywanych mediom          po imprezie:          Relacja zamieszczona na stronie www.elektrownia.art.pl oraz artystycznych portalach internetowych</p>	Rozpowszechnienie informacji o plenerze.	wrzesień 2011 r.	2 000 zł
------	---	-------------------	--	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

29 Międzynarodowy Plener i Sympozjum Artystów Posługujących się Językiem Geometrii, będący kontynuacją plenerów dr Bożeny Kowalskiej odbywający się w Domu Pracy Twórczej w Radziejowicach

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.7) Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie**

<b>6.7a</b>	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Turkus i lazur. Ceramika Azji Środkowej”	Starania o patronaty medialne – w toku (możliwi patroni: Polska The Times, Polskie Radio 2, Radio Kampus, Muzeum będzie podejmować próby pozyskania nowych współpracujących mediów). Publikacja katalogu wystawy. Wysyłka ok. 500 zaproszeń drukowanych, newsletter mailowy – ok. 1.200 adresów (stan obecny, cały czas się zwiększa). Promocja na serwisach społecznościowych (Facebook, Blogspot, Twitter, GoldenLine i in.), na stronie internetowej MAiP i innych współpracujących o tematyce wielokulturowej (np. Kontynent Warszawa). Promocja w mediach, m.in. audycja w Radio Kampus, materiał w CITYInfo (televizja warszawskiego metra), ew. lokalne stacje: TVP 3 i TVN Warszawa. Informacja o wystawie wysyłana do instytucji kultury krajów zainteresowanych (Uzbekistan, Tadżykistan). Wysyłka katalogów do muzeów o podobnym profilu w Europie i Azji.	Dotarcie do jak największej grupy potencjalnych zwiedzających i uczestników imprez towarzyszących. Szeroka informacja o kolekcji i działaniach MAiP w międzynarodowym środowisku profesjonalnym.	otwarcie wystawy: Galeria Azjatycka MAiP II poł. stycznia 2011 r.; promocja: poł. XII 2010 r.– poł. II 2011 r.	12 000 zł
-------------	------------------------------------	--	---	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Promocja wystaw czasowych, oparta w większości na sprawdzonych już mechanizmach. Duże znaczenie w promocji MAiP mają liczne serwisy internetowe, medium skuteczne, zwłaszcza w docieraniu do młodszych grup publiczności, a zarazem nie wymagające nakładów finansowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.7b	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Symbole buddyzmu” (tytuł roboczy)	Starania o patronaty medialne – w toku (możliwi patroni: Polska The Times, Polskie Radio 2, Radio Kampus, Muzeum będzie podejmować próby pozyskania nowych współpracujących mediów). Publikacja katalogu wystawy. Wysyłka ok. 500 zaproszeń drukowanych, newsletter mailowy – ok. 1.200 adresów (stan obecny, cały czas się zwiększa). Promocja na serwisach społecznościowych (Facebook, Blogspot, Twitter, GoldenLine i in.) na stronie internetowej MAiP i innych współpracujących o tematyce wielokulturowej (np. Kontynent Warszawa). Współpraca z polskimi środowiskami buddyjskimi w celu rozpropagowania wśród nich tego wydarzenia. Promocja w mediach, m.in. audycja w Radio Kampus, materiał w CITYInfo (telewizja warszawskiego metra), ew. lokalne stacje: TVP 3 i TVN Warszawa. Wysyłka katalogów do muzeów o podobnym profilu w Europie i Azji. Imprezy towarzyszące, m.in. sypanie mandali przez mnichów buddyjskich i/lub malowanie tanek – buddyjskich obrazów religijnych.	Dotarcie do jak największej grupy potencjalnych zwiedzających i uczestników imprez towarzyszących. Szeroka informacja o kolekcji i działaniach MAiP w międzynarodowym środowisku profesjonalnym.	otwarcie wystawy: Galeria Azjatycka MAiP maj 2011 r.; promocja: marzec-maj 2011 r.	12 000 zł
------	------------------------------------	---	---	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Promocja wystaw czasowych, oparta w większości na sprawdzonych już mechanizmach. Duże znaczenie w promocji MAiP mają liczne serwisy internetowe, medium skuteczne, zwłaszcza w docieraniu do młodszych grup publiczności, a zarazem nie wymagające nakładów finansowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.7c	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Promocja wystawy „Tatuaż – od sztuki plemiennej do popkultury” (tytuł roboczy)	<p>Starania o patronaty medialne – w toku (patroni: branżowe czasopisma poświęcone tematyce tatuażu, możliwe inne media: Polska The Times, Polskie Radio 2, Radio Kampus, Muzeum będzie podejmować próby pozyskania nowych współpracujących mediów). Publikacja katalogu wystawy. Wysyłka ok. 500 zaproszeń drukowanych, newsletter mailowy – ok. 1.200 adresów (stan obecny, cały czas się zwiększa). Promocja na serwisach społecznościowych (Facebook, Blogspot, Twitter, GoldenLine i in.), na stronie internetowej Muzeum, na licznych stronach i serwisach środowiska miłośników tatuażu i profesjonalistów w tej dziedzinie i innych współpracujących stronach o tematyce wielokulturowej (np. Kontynent Warszawa). Współpraca ze środowiskiem branżowym w celu rozpropagowania wśród nich tego wydarzenia. Promocja w mediach, m.in. audycja w Radio Kampus, materiał w CITYInfo (telewizja warszawskiego metra), ew. lokalne stacje: TVP 3 i TVN Warszawa. Wysyłka katalogów do muzeów o podobnym profilu w Europie i Azji. Imprezy towarzyszące, m.in. pokazy tatuażu.</p>	Dotarcie do jak największej grupy potencjalnych zwiedzających i uczestników imprez towarzyszących. Szeroka informacja o kolekcji i działaniach MAiP w środowiskach międzynarodowych, zarówno badaczy, jak i praktyków tatuażu.	otwarcie wystawy: Galeria Azjatycka MAiP wrzesień 2011 r.; promocja: czerwiec-wrzesień 2011 r.	12 000 zł
------	------------------------------------	--	--	--	--	-----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Promocja wystaw czasowych, oparta w większości na sprawdzonych już mechanizmach. Duże znaczenie w promocji MAiP mają liczne serwisy internetowe, medium skuteczne, zwłaszcza w docieraniu do młodszych grup publiczności, a zarazem nie wymagające nakładów finansowych. W przypadku wystawy „Tatuaż” w planach szeroka współpraca promocyjna z zainteresowanymi środowiskami, w tym udział w publikacji katalogu.

#### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.7d	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Trzy (ew. cztery) imprezy popularyzatorskie z cyklu „Azja i Pacyfik w Powiększeniu” (Uzbekistan, dwa kolejne tematy w przygotowaniu)	<p>Imprezy o charakterze popularyzatorsko-promocyjnym, obejmujące prelekcje popularnonaukowe i podróżnicze z prezentacją slajdów i filmów, koncerty, pokazy tańca, sztuk walki, strojów, kulinariów, konkursy z nagrodami, licytacje itp.</p> <p>Stały patronat medialny cyklu: Polskie Radio 2, Radio Kampus. Promocja na serwisach społecznościowych (Facebook, Blogspot, Twitter, GoldenLine i in.), na stronie internetowej Muzeum, na stronie klubu Powiększenie i licznych stronach o tematyce wielokulturowości oraz życia klubowego Warszawy.</p>	Propagowanie kultur Azji i Oceanii oraz działalności MAiP wśród nowych kręgów odbiorców, gł. publiczności klubowej.	Klub Powiększenie, możliwe terminy: luty, kwiecień/maj, październik + ew. jeden dodatkowy	4 500 zł
------	------------------------------------	--	---	---	---	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Imprezy z cyklu „Azja i Pacyfik w Powiększeniu” należą już do tradycji. Promują zarówno kultury Azji i Oceanii, jak i działalność MAiP, a także dokonania polskich badaczy, organizacji pozarządowych itp. w krajach regionu. Współpraca z partnerem komercyjnym (klub Powiększenie) pozwala na wykorzystanie bez nakładów finansowych atrakcyjnej przestrzeni w centrum Warszawy oraz dodatkowych kanałów informacji i promocji. Przy organizacji imprez korzystamy na szeroką skalę z pracy wolontariuszy, dużej grupy osób współpracujących z Muzeum. Dodatkowym atutem są patronaty i materialny (choć niekoniecznie finansowy) wkład ambasad krajów, którym poświęcone są poszczególne wieczory.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.7e	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Noc Muzeów 2011	Zwiedzanie wystawy „Symbole buddyzmu” z jej komisarzem. Koncert muzyki buddyjskiej i inspirowanej buddyzmem. Inne wydarzenia o charakterze performatywnym; szczegółowy program ustalany będzie wiosną 2011. Promocja w ramach miejskiego programu Nocy Muzeów.	Poszerzenie grupy potencjalnych gości muzealnych – docieranie z informacją do osób uczestniczących w wydarzeniach całej Nocy.	Galeria Azjatycka MAiP, maj 2011 r.	2 000 zł
------	------------------------------------	-----------------	--	---	-------------------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Do regularnych działań należy Noc Muzeów, której program obejmuje od kilku lat koncerty, pokazy tańca i inne atrakcyjne formy promocji kultur azjatyckich. W tym roku planujemy przede wszystkim tematykę związaną z buddyzmem, a co za tym idzie – prezentowaną w tym okresie wystawą. Należy podkreślić, że Noc Muzeów w MAiP jest zawsze organizowana w dużej mierze dzięki współpracy wolontariuszy i organizacji pozarządowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.7f	Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie	Początek działań związanych z otwarciem nowej siedziby Muzeum i ekspozycji stałej (wydarzenie planowane na rok 2012)	Przygotowanie pełnej informacji o nowej siedzibie i ofercie Muzeum. Opracowanie nowego, spójnego systemu komunikacji audiowizualnej. Uruchomienie nowej strony internetowej z perspektywą udostępniania zbiorów (konieczny projekt digitalizacji). Opracowanie i publikacja przewodnika po ekspozycji stałej oraz wydawnictwa okolicznościowego, prezentującego historię placówki. Szeroka informacja dla branżowej prasy światowej, m.in. podejmiemy starania o publikację artykułu na ten temat w najbardziej prestiżowym magazynie o tej tematyce „Arts of Asia”, ukazującym się w Hongkongu. Dodatkowa aktywizacja internetowych forów dyskusyjnych, umieszczanie na serwisach społecznościowych materiałów dokumentujących powstawanie Muzeum i ekspozycji. Prezentacja projektu na międzynarodowych spotkaniach muzeów o podobnym profilu. Przygotowanie listy gości otwarcia z kraju i zagranicy, logistyka wydarzenia, materiały promocyjne, zaproszenia. Seria konferencji prasowych dla przedstawicieli wszystkich ważnych mediów krajowych. Współpraca z agendami Urzędu Miasta St. Warszawy w celu szerokiego wprowadzenia Muzeum do oferty turystycznej miasta oraz z Urzędem Marszałkowskim – oferta Mazowsza.	Wprowadzenie Muzeum na znacznie szerszą niż dotychczas skalę do krajowego i międzynarodowego obiegu. Informacja o nowej atrakcji turystycznej Warszawy docierająca do jak najszerszej grupy odbiorców w kraju i za granicą. Informacja o stałym udostępnieniu liczącej się w skali europejskiej i światowej kolekcji, jedynej tego typu w Polsce. Budowa klimatu zainteresowania dla dalszych projektów, w tym edukacyjnych, promocyjnych i naukowych, związanych z nową bazą muzealną.	Muzeum Azji i Pacyfiku, II poł. 2011 r. – I poł. 2012 r.	50 000 zł (w 2011 r.)
------	------------------------------------	--	--	---	--	-----------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Całkowicie nowym działaniem będzie promocja otwarcia Muzeum w nowej siedzibie, w tym przede wszystkim pierwszej w dziejach placówki ekspozycji stałej. Skala działania, znacznie szersza niż w przypadku wszystkich wcześniejszych przedsięwzięć, wymagać będzie wdrożenia nowych metod promocji i zatrudnienia na czas realizacji projektu specjalisty w tej dziedzinie (ew. firmy zewnętrznej). Konieczne jest opracowanie pełnej strategii, obejmującej wymienione wyżej elementy działania.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



<b>(6.8) Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie</b>						
6.8a	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama Muzeum	Druk folderu informacyjnego o Muzeum; druk kalendarza na 2011 rok z informacjami na temat Muzeum oraz reprodukcjami zbiorów muzealnych; produkcja gadżetów reklamowych z logo i nazwą Muzeum: długopisy, znaczki buttons, zakładki do książek, balony	Promocja Muzeum	Cały rok 2011, Siedziba i oddziały Muzeum oraz miejsca działalności Muzeum	30 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Działanie polega na wyprodukowaniu wymienionych wyżej materiałów promocyjnych oraz ich bezpłatnym kolportażu w siedzibie Muzeum, oddziałach w Sandomierzu i Piasecznie k. Gniewa w sposób ustawiczny, oraz przy okazji różnych form działalności Muzeum poza siedzibami, takich jak: konferencje, wystawy, festyny, pikniki kulturalne i naukowe itp.						
<b><u>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</u></b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
6.8b	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama działalności Muzeum	Zaproszenia, plakaty, spoty reklamowe w radiu, informacje prasowe, informacje na stronie internetowej Muzeum	Promocja działalności Muzeum	cały 2011 r., Województwo Mazowieckie, inne regiony Polski	x
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Działanie polega na produkcji materiałów reklamowych takich jak wymienione wyżej do każdorazowego przedsięwzięcia Muzeum, w zależności od jego formy: wystawa, konferencja naukowa, festyn, piknik, plener malarski, konkursy. W trakcie i po zakończeniu przedsięwzięcia będą się ukazywały informacje o nim na stronie internetowej Muzeum oraz w prasie i innych środkach masowego przekazu.						
<b><u>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</u></b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						

6.8c	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Promocja wydawnictw Muzeum	Zaproszenia, informacje na stronie internetowej, informacje w prasie, informator wydawniczy	Promocja działalności Muzeum	cały 2011 r.	x
------	--	----------------------------	---	------------------------------	--------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie polega na przygotowaniu promocji wydawnictw MHPRL, zarówno całości jak i poszczególnych publikacji, poprzez organizację promocji w siedzibie Muzeum lub poza nią z wykorzystaniem środków i form wymienionych wyżej

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.8d	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Promocja wydawnictw Muzeum	Informator wydawniczy, udział w targach książek	Promocja wydawnictw i działalności Muzeum	cały 2011 r.	x
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Działanie polega na udziale Muzeum w targach książek organizowanych na terenie Warszawy i Województwa Mazowieckiego						
<b><u>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</u></b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
6.8e	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Kampania „Wirtualne Muzeum”	Wystawa wirtualna, muzeum wirtualne, strona internetowa Muzeum	Promocja Muzeum	I kwartał 2011 r. Warszawa, Województwo Mazowieckie, inne regiony Polski	25 000 zł

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie polega na przygotowaniu Wystawy wirtualnej prezentującej całość zbiorów Muzeum oraz informatora wirtualnego o Muzeum, nagraniu ich na płyty Cd i kolportażu do szkół wszystkich typów oraz innych ośrodków kultury

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na stronie wystawy oraz w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.8f	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Muzeum w plenerze	Strona internetowa Muzeum, strony internetowe instytucji współpracujących, informacje prasowe, plakaty, zaproszenia	Promocja Muzeum	terminy ustalane przez organizatorów zewnętrznych	40 000 zł
------	--	-------------------	---	-----------------	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie polega na udziale Muzeum w imprezach plenerowych takich jak np. Piknik Historyczny Muzeum Historii Polski, Piknik Naukowy Polskiego Radia i Centrum Nauki Kopernik, Mazowieckie Klimaty. Muzeum w trakcie pikników przedstawia swoje zbiory za pomocą wystaw planszowych i prezentacji multimedialnych oraz gadżetów reklamowych

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.8g	Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie	Reklama multimedialna	Strona internetowa Muzeum, strony internetowe instytucji masowego przekazu – np. radia; portale informacyjne i kulturalne	Promocja Muzeum	cały 2011 r. Internet	x
------	--	-----------------------	---	-----------------	-----------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie polega na przygotowaniu informacji o Muzeum i kolportowaniu jej za pomocą różnych portali kulturalnych i informacyjnych jak np.: Wolna sobota, portale urzędu miasta stołecznego Warszawy, portale instytucji współpracujących z Muzeum jak np. uczelnie wyższe, domy kultury i instytucje kultury

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.9) Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu**

<b>6.9a</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wydruk 2 wielkoformatowych banerów reklamujących Muzeum im. J. Malczewskiego, umieszczonych na Rondzie Warszawskim	Reklama wizualna		Rozpropagowanie działań wystawienniczych jednostki – dla szerokiego kręgu odbiorców.	styczeń 2011 r.	3 000 zł
-------------	--	--	------------------	--	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na banerach reklamowych. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9b</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wydruk baneru reklamującego wystawę „Rafał i Jacek Malczewscy”	x		Reklama do szerokiego kręgu odbiorców - nagłośnienie wystawy	styczeń 2011 r.	x
-------------	--	--	---	--	--	-----------------	---

**OPIS DZIAŁANIA****X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na banerze. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9c</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Konferencja metodyczna dla nauczycieli sztuki w szkołach gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych związana z promocją wystawy „Jacek i Rafał Malczewscy”	x	Edukacja artystyczna	luty 2011 r.	x
-------------	--	--	---	----------------------	--------------	---

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9d</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wykłady na temat twórczości plastycznej Rafała i Jacka Malczewskich	x	Edukacja artystyczna	marzec 2011 r.	x
-------------	--	---	---	----------------------	----------------	---

**OPIS DZIAŁANIA****X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9e</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wydruk ulotek lub folderów reklamowych do wystawy „Rafał i Jacek Malczewscy”	x	Reklama wystawy mająca na celu przyciągnięcie szerokiej rzeszy odbiorców	styczeń 2011 r.	1 100 zł
-------------	--	--	---	--	-----------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w ulotkach i folderach reklamowych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9f</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Reklama imprezy „Noc muzealna – pod hasłem Noc Japońska” - wydruk ulotek informacyjnych i plakatów	x	x	maj 2011 r.	1 800 zł
-------------	--	--	---	---	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9g</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wystawa: „Radomianie i stare fotografie”	Zaproszenia, informator	Promocja tradycji i i historii miasta	styczeń, luty 2011 r. siedziba główna MJM	860 zł
-------------	--	--	-------------------------	---------------------------------------	--	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

**X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9h</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wystawa: „Komunikacja społeczna”	Zaproszenia, informator	Cel edukacyjny: wystawa skierowana do wszystkich typów szkół i studentów	IV 2011 r. siedziba główna MJM	1 000 zł
-------------	--	----------------------------------	-------------------------	---	-----------------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

**X**



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniach, materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9i</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wystawa: „Starożytna Grecja”	Zaproszenia, informator, ulotki	Ukazanie obrazu star. Hellady w polskim malarstwie	IX 2010 r. - II 2012 r.	1 200 zł
-------------	--	------------------------------	---------------------------------	--	----------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniach, materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9j</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Wystawa: „W pustyni i puszczy”	Zaproszenia, katalog	Cel edukacyjny	IX 2011 r. -VI 2012 r.	2 500 zł
-------------	--	--------------------------------	----------------------	----------------	---------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniach, katalogu oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.9k</b>	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Ekspozycja 20 lat Muzeum Sztuki Współczesnej (oddziału MJM w Radomiu)	Zaproszenia, katalog	Podsumowanie dorobku MSW w Radomiu	XII 2010 r. - I 2011 r.	3 500 zł
-------------	--	---	----------------------	------------------------------------	----------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniach, katalogu oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.9I	Muzuem im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Kolekcja 20. Malarstwo i rysunek. Jubileuszowy pokaz zbiorów MSW w Radomiu (oddziału MJM)	Zaproszenia, informator	Prezentacja malarstwa ze zbiorów MSW w Radomiu	VI - IX 2011 r.	900 zł
------	--	--	-------------------------	--	--------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniach, materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.9ł	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Muzyka odnaleziona. Andrzej Binkowski (prezentacja artysty)	Zaproszenia, katalog	Pokaz sztuki	X - XI 2011 r. MSW Radom, Rynek 4/5	800 zł
------	--	---	----------------------	--------------	--	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniach, katalogu oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.9m	Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu	Koncerty tow. imprezie „O dzban czarnoleskiego miodu”	Koncert, wykłady, odczyty, promocja książki, impreza plenerowa	Promocja regionu	VI 2011 r. Czarnolas	13 000 zł
------	--	---	--	------------------	-------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.10) Muzeum Kolejnictwa w Warszawie**

6.10a	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Promocja projektu "OCALIĆ OD ZARDZEWIENIA - polsko-norweska wymiana doświadczeń w zakresie ratowania zabytków metalowych"	<p>Działania promocyjne prowadzone będą przy wykorzystaniu takich narzędzi jak:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>* utworzenie strony internetowej oraz promocja na stronach internetowych partnerów projektu i ważnych sieci europejskich (np. Metals Working Group ICOM-CC)</li><li>* ulotki i broszury informacyjne</li><li>* organizacja workshopu</li><li>* reklama w pismach branżowych, np. „Renowacje i zabytki”, „Wiadomości konserwatorskie”</li><li>* artykuły i artykuły sponsorowane publikowane w ww tytułach branżowych, jak i magazynach dla miłośników kolei: „Świat kolei”, „Moja kolej”, „Kurier PKP”, „Podróże”.</li></ul> <p>Na wszystkich materiałach promocyjnych i w treści komunikatów PR pojawi się wzmianka o źródle pochodzenia środków na realizację projektu, logo mechanizmów finansowych oraz linki do stron internetowych tych mechanizmów. W prowadzonych działaniach wykorzystane zostaną także strony internetowe partnera i podwykonawców realizujących projekt, gdzie zostaną umieszczone linki do strony projektu.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>* upublicznienie informacji o otrzymanym wsparciu i jego źródle (tj. o Funduszu Wymiany Kulturalnej)</li><li>* rozpowszechnienie wyników projektu</li><li>* podniesienie świadomości społeczeństwa w zakresie wykorzystania zaawansowanych technologii dla celów ochrony dziedzictwa kulturowego</li></ul>	I - X 2011 r.	25 000 zł
-------	--------------------------------	---	---	--	---------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działania będą miały miejsce w siedzibie Muzeum Kolejnictwa w Warszawie, ul. Towarowa 1

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.10b	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Działania promocyjne związane z promocją wystawy czasowej: „80-lecie Muzeum Kolejnictwa”	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <p>wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją o wystawie</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul> <p>Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”</p>	<p>* zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum</p> <p>* dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców</p>	otwarcie III kwartał 2011 r.	2 500 zł
-------	--------------------------------	--	---	--	------------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działania będą miały miejsce w siedzibie Muzeum Kolejnictwa w Warszawie, ul. Towarowa 1

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.10c	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Działania promocyjne związane z promocją wystawy czasowej: „Prezentacja polskiej myśli technicznej i najciekawszych zabytków techniki”	<p>Działania promocyjne polegać będą na:</p> <p>wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum</li> <li>- zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum</li> <li>- mailing z informacją o wystawie</li> <li>- współpraca z mediami</li> </ul> <p>Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”</p>	<p>* zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum</p> <p>* dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców</p>	otwarcie 1.09.2011 r. - zakończenie XI 2011 r.	5 000 zł
-------	--------------------------------	--	---	--	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działania będą miały miejsce w siedzibie Muzeum Kolejnictwa w Warszawie, ul. Towarowa 1

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.10d	Muzeum Kolejnictwa w Warszawie	Działania promocyjne związane z promocją wystawy czasowej: „Wystawa fotograficzna poświęcona kolei”	Działania promocyjne polegać będą na: wydaniu druków towarzyszących wystawie: plakaty, billboard na elewacji zewnętrznej Muzeum, ulotka informacyjna - zamieszczenie informacji o wystawie na stronie internetowej Muzeum - zamieszczenie informacji o wystawie na stronach internetowych instytucji współpracujących z Muzeum - mailing z informacją o wystawie - współpraca z mediami Na wszystkich materiałach promocyjnych pojawi się logo marki „Mazowsze”	* zwiększenie ilości osób odwiedzających Muzeum * dostarczenie informacji o działalności Muzeum szerokiemu gronu odbiorców	IV 2011 r. - VI 2011 r.	2 000 zł
-------	--------------------------------	---	---	---	----------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działania będą miały miejsce w siedzibie Muzeum Kolejnictwa w Warszawie, ul. Towarowa 1

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.11) Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce**

6.11a	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Uroczyste obchody 180. rocznicy bitwy pod Ostrołęką 26 maja 1831 roku oraz 80. rocznicy rozpoczęcia budowy pomnika-mauzoleum poległych w bitwie. Zakończenie realizacji projektu Ponarwie	Wydanie książki Bitwa pod Ostrołęką 1831 (część I historyczna autor prof. Norbert Kasperek, część II poświęcona pomnikowi i obchodom rocznic bitwy autorstwa Barbary Kalinowskiej), widowisko historyczne, plakaty, banery, współpraca z grupami rekonstrukcji historycznych, materiały do mediów, konferencja prasowa, kontakt z biurami podróży i nauczycielami historii, informacje na stronie internetowej WWW.Ponarwie.pl, konkurs, wydanie pamiątkowego medalu	Promocja nowego obiektu infrastruktury kultury po zakończeniu konserwacji i rewitalizacji fortu ziemnego i pomnika-mauzoleum, Promocja RPO na Mazowszu	28/29 maj 2011 r. Pomnik – mauzoleum i teren fortyfikacji u zbiegu ulic Warszawskie j i Stacha Konwy w Ostrołęce	100 tyś. zł w tym: 50 tyś. środki własne, 50 tyś. środki MKiDN
-------	---	---	--	--	---	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce w latach 2001-2005 organizowało obchody rocznic bitwy pod Ostrołęką z 1831 roku w formie widowisk batalistycznych z udziałem grup rekonstrukcji historycznych. Bitwa została także upamiętniona w stałej wystawie w Muzeum Od 2009 roku Muzeum realizuje projekt współfinansowany ze środków EFRR w ramach RPO WM 2007-2013, działanie 6.1Ponarwie. Konserwacja i rewitalizacja fortu ziemnego i pomnika-mauzoleum poległych w bitwie pod Ostrołęką 26 maja 1831 roku. Zakończenie realizacji projektu planowane jest na I połowę 2011 roku i będzie połączone z uroczystymi obchodami 180 rocznicy bitwy i 80 rocznicy rozpoczęcia budowy pomnika-mauzoleum. Ważnym punktem uroczystości będzie odsłonięcie tablicy upamiętniającej zakończenie budowy pomnika-mauzoleum i udział Samorządu Województwa Mazowieckiego w projekcie. Poza częścią oficjalną uroczystości przewidziane jest także widowisko batalistyczne z udziałem grup rekonstrukcji historycznych nawiązujące do słynnej szarży płk. Józefa Bema. Rezultatem projektu będzie powstanie nowego obiektu infrastruktury kultury udostępnionego zwiedzającym. W części muzealnej pomnika-mauzoleum będzie także punkt informacji Turystycznej. Udostępnione zostaną zwiedzającym dwa odrestaurowane obiekty wpisane do rejestru zabytków oraz trzy wystawy tematyczne: bitwa pod Ostrołęką 26 maja 1831 i Obchody rocznic, fortyfikacje carskie nad Narwią, skansen artylerii Królestwa Polskiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.11b</b>	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Wystawa Kurpie - Poland w Brukseli	Druk folderu do wystawy w tłumaczeniach na język francuski, niemiecki i angielski, pokazy artystów kurpiowskich, koncerty, banery, tradycyjna kuchnia polska i regionalna;	Prezentacja kultury ludowej Kurpiowskiej Puszczy Białej i Zielonej jako elementu bogatej kultury Mazowsza	12-13 kwietnia 2011 r. siedziba Komisji Europejskiej w Brukseli	Koszty delegacji i druku 10 tys.
--------------	---	------------------------------------	--	---	---	----------------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Muzeum dysponuje wystawą planszową Kurpie Poland prezentującą historię, dziedzictwo kulturowe, obrzędowość, najważniejsze imprezy folklorystyczne regionu Kurpiowskiej Puszczy Zielonej i Białej. Wystawa składa się z plansz o wym. 100 cm x 140 cm, (32 szt.) stelażu umożliwiającego montaż w każdych warunkach. Tekst oraz tytuł wystawy są w języku polskim oraz w tłumaczeniach na języki: niemiecki, angielski, francuski i rosyjski. Wystawa, za realizację której odpowiada Muzeum jest częścią programu promującego kulturę regionu kurpiowskiego. Wystawie towarzyszyć będą koncerty w wykonaniu artystów kurpiowskich (kapela, Apolonia Nowak), pokazy wycinankarstwa, poczęstunek i prezentacja kuchni regionalnej i staropolskiej. Wystawa uzupełniona będzie o eksponaty prezentujące plastykę obrzędową: palmy, kierce, wycinanki, bukiety. Region kurpiowski na wystawie pokazany jest jako element bogatej kultury Mazowsza. Prezentacja organizowana jest we współpracy z biurem posła do Parlamentu Europejskiego Jarosława Kalinowskiego;

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.11c	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Wystawa Kurpie Poland w Rydze	Druk folderu, pokazy wycinankarstwa w wykonaniu artystek kurpiowskich, banery	Zaprezentowanie polskiej kultury ludowej poprzez kurpiowski region z bogatym folklorem, sztuką i obrzędowością	wrzesień- październik 2011 r. Instytut Polski w Rydze	6 000 zł
-------	---	-------------------------------	---	--	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa Kurpie Poland składająca się z 32 plasz o wymiarach 100 cm x 140 cm prezentuje region kurpiowski jako element bogatej kultury Mazowsza. Prezentacja wystawy połączona z pokazami wycinanki została uzgodniona z dyrektorem Instytutu Polskiego w Rydze. Wzbogacona będzie o elementy plastyki obrzędowej : palmy, kierce, bukiety. Będzie to pierwsza prezentacja regionu kurpiowskiego w tej części Europy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.12) Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie**

<b>6.12a</b>	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	„Podróż Trzech Króli” T.S.Eliota wystawa	Folder; prapremiera Oratorium wg T.S.Eliota Marka Ałaszewskiego Strona www Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza, mailingi Zaproszenia na wernisaż Patronaty medialne	Udział Muzeum w warszawskim Orszaku Trzech Króli w którym biorą udział tysiące warszawiaków.; Przedstawienie gotyckiego malowidła Pokłon Trzech Króli w holu Muzeum; prezentacja tekstu literackiego w artystycznej interpretacji; pozyskanie nowej publiczności Muzeum	siedziba główna ML 6 I – 8 III 2011 r.	40 000 zł
--------------	---	--	--	---	--	-----------

## OPIS DZIAŁANIA

Wystawa „Pochód Trzech Króli według T.S. Eliota” będzie prezentowana w muzeum od stycznia do marca 2011 roku. Powodów ku temu jest parę. Po pierwsze w holu Muzeum Literatury znajduje się powstały w XIV wieku fresk, przedstawiający pokłon trzech Króli na tle panoramy gotyckiej Warszawy, cudem ocalony z wojennej pożogi. Po drugie, za sprawą Fundacji Świętego Mikołaja i środowiska skupionego wokół „Teologii Politycznej” na naszych oczach tworzy się wspaniała tradycja Orszaku Trzech Króli, w którym biorą udział tysiące warszawiaków. Chcemy by orszak ten, w drodze na Nowe Miasto, zatrzymał się przez chwilę w Muzeum Literatury aby jego uczestnicy ujrzeli gotyckie malowidło, a także rozwijającą jego temat wystawę. Natomiast wiersz T.S. Eliota, jest naszym zdaniem najwspanialszym poetyckim zapisem podejmującym temat podróży trzech magów do Betlejem. Wokół tego tekstu osnuwamy zatem narrację wystawy. Do współpracy zaprosiliśmy dwóch współczesnych artystów. Marka Jaromskiego, mistrza instalacji o tematyce angelologicznej, poprosiliśmy o zorganizowanie artystycznej akcji przyjęcia królewskiego orszaku w Muzeum. Natomiast do Marka Ałaszewskiego zwróciliśmy się z prośbą o skomponowanie oratorium opartego na tekście Eliota. Właściwym momentem na uroczystą premierę dzieła będzie naszym zdaniem wernisażowy wieczór – 6 stycznia 2011 roku.

### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

#### Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w folderze oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.12b</b>	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Fin-de-siècle'istka. Gabriela Zapolska. Z książki i ze sceny	Folder, katalog wystawy Strony www. Muzeum oraz Muzeum Teatralnego, reklamami Info City Malingi Patronaty medialne – radio, telewizja, miesięcznik Zaproszenia na wernisaż Premiera Ich czworo w Teatrze Polskim, reż. A. Seweryn Sesja naukowa w Instytucie Teatralnym im. Z. Raszewskiego	Przypomnienie postaci sławnej dramatopisarki na tle epoki, w której żyła; edukacja młodych,	siedziba główna ML III – VII 2011 r.	175 000 zł
--------------	---	--	--	---	--------------------------------------	------------

## OPIS DZIAŁANIA

Wystawa monograficzna poświęcona Gabrieli Zapolskiej „Fin-de-siècle'istka. Gabriela Zapolska. Z książki i ze sceny” z okazji 90. rocznicy śmierci dramatopisarki, przygotowana we współpracy z Muzeum Teatralnym w Warszawie Autorkami scenariusza są Małgorzata Górzyńska i Monika Chudzikowska. Ekspozycja, którą szczególnie chcielibyśmy zainteresować młodzież licealną i studentów, przypomni sylwetkę G. Zapolskiej nie tylko jako dramatopisarki i powieściopisarki, ale również aktorki, kolekcjonerki sztuki, felietonistki i recenzentki teatralnej, na tle nurtów artystycznych drugiej połowy XIX wieku i przełomu wieków. Po raz pierwszy zaprezentujemy ocalały fragment jej bogatej kolekcji obrazów znajdujący się w zbiorach Muzeum Narodowego w Warszawie (7 obrazów) oraz najcenniejsze: Paula Gauguina z The National Museum of Western Art w Tokio, Vincenta van Gogha w Kröller-Müller Museum w Otterlo w Holandii i Georgesa Seurata w Musée d'Orsay w Paryżu. Przy wystawie powstał Komitet Honorowy, do którego zaproszenie zechcieli przyjąć prof. Jadwiga Czachowska, Andrzej Wajda, Krystyna Zachwatowicz, Anna Polony, Teresa Budzisz-Krzyżanowska, Andrzej Łapicki, Krystyna Janda oraz Andrzej Seweryn, który w ramach współpracy z naszym Muzeum zaplanował na kwiecień 2011 r. premierę sztuki G. Zapolskiej „Ich czworo” w Teatrze Polskim w Warszawie, zaś Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego w Warszawie planuje zorganizowanie sesji naukowej poświęconej autorce „Moralności Pani Dulskiej”. Wystawie towarzyszyć będzie także program edukacyjny, folder i katalog naukowy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w folderze, katalogu wystawy oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12c	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Leonor Fini / Konstanty Jeleński. Portret podwójny	Katalog wystawy, folder, plakat, zaproszenie na wernisaż Strona www Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza, mailingi Patronaty medialne – radio, telewizja, prasa Ambasada Włoska, Ambasada Francji, Instytuty Włoski i Francuski w Warszawie	Wystawa zaprezentuje po raz pierwszy sylwetki niezwyklej pary – Leonor Fini i Konstantego „Kota” Jeleńskiego - na tle artystycznego środowiska powojennego Paryża. Przybliży twórczość włosko-francuskiej artystki światowej sławy oraz postać jednego z najwybitniejszych polskich intelektualistów XX w., ambasadora kultury polskiej	siedziba główna ML 15 IX – 30 XII 2011 r.	275 000 zł
-------	---	--	---	---	--	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

.Wystawa zaprezentuje po raz w Polsce pierwszy bogatą twórczość Leonor Fini oraz przypomni jednego z najważniejszych polskich intelektualistów Konstantego Jeleńskiego. W skład ekspozycji wejdą obrazy olejne, kilkadziesiąt rysunków, gwaszy i prac graficznych Leonor Fini oraz dokumenty, rękopisy, pamiątki i księgozbiór ze spuścizny po Konstantym Jeleńskim. Ważnym dopełnieniem prezentacji staną się prace artystki z innych kolekcji polskich, obrazy z Galerie Minsky w Paryżu oraz zbiory Archiwum paryskiej „Kultury” z Maisons-Laffitte. Na wystawie pokażemy zrekonstruowany paryski gabinet Konstantego Jeleńskiego. Ekspozycja została wpisana na listę wydarzeń towarzyszących Polskiej Prezydencji Unii Europejskiej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w katalogu wystawy, folderze oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12d	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Czesław Miłosz. Pokaz rękopisów oraz pokaz fotografii Towarzyszy Międzynarodowej Konferencji Naukowej Wokół Czesława Miłosza. Pytania	Zaproszenie, Druk informacyjny, Blok-Notes Muzeum Literatury poświęcony Cz. Miłoszowi, zawierający m.in. materiały pokonferencyjne, Strona www Muzeum	* Obchód Roku Jubileuszowego Czesława Miłosza; * wymiana wyników najnowszych badań nad twórczością Cz. Miłosza, informacja o stanie wiedzy * prezentacja spuścizny Cz. Miłosza w Muzeum	siedziba główna ML XI 2011 r.	20 000 zł
-------	---	---	---	---	-------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W Roku Czesława Miłosza, roku 100. rocznicy urodzin pisarza, Muzeum Literatury organizuje międzynarodową konferencję literacką poświęconą autorowi Zniewolonego umysłu. Towarzyszyć jej będzie pokaz ze zbiorów Muzeum: rękopisów, książek oraz fotografii niepublikowanych z kolekcji prywatnej. Przygotowany zostanie również kolejny numer Blok-Notesu zawierający poza artykułami o Cz. Miłoszu, materiały pokonferencyjne.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w zaproszeniu oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12e	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Pimpuś Sadełko	Książeczka, Zaproszenie na wernisaż, Plakat, Strona www Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza, mailingi	Rozpoczęcie cyklu wystaw edukacyjnych adresowanych do dzieci ; Propozycja nowego sposobu kontaktu z książką: wejście do jej wnętrza i wzięcie udziału w przygodach bohaterów	siedziba główna ML IV – IX 2011 r.	40 000 zł
-------	---	----------------	---	---	------------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W związku z przypadającą w roku 2010 setną rocznicą śmierci Marii Konopnickiej, w pierwszej kolejności proponujemy wystawę „Pimpuś Sadełko”. Obok części scenograficznej zostanie wydzielone miejsce, gdzie zostanie przypomniane dzieciństwo autorki, a także różne wydania kultowej książeczki. Współpraca z utalentowaną malarką i ilustratorką, Weroniką Naszarkowską – Multanowską, gwarantuje niebanalne przełożenie literackich treści na język plastyki. Warto zaznaczyć, że zrealizowana przez ten sam zespół wystawa „Antologia kota” cieszyła się dużym zainteresowaniem publiczności i mediów, a towarzysząca jej książeczka „Kot” zdobyła tytuł książki roku 2007 w prestiżowym konkursie polskiej sekcji IBBY (w kategorii: ilustracje).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w książeczce, zaproszeniu oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.12f</b>	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Cudowne lata. Muzyka. Poezja. Malarstwo. Lata 70., 80.	Katalog wystawy, folder	Edukacja historyczna młodych Prezentacja polskiej sztuki lat. 70. i 80. XX w.	BWA Zakopane 1 III – 20 IV 2011 r.	x
--------------	---	--	-------------------------	--	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

W ubiegłym roku minęła 20. rocznica odzyskania przez Polskę wolności. Muzeum Literatury włączyło się do jej uroczystych obchodów wystawą „Cudowne lata. Muzyka, poezja. Malarstwo. Lata 70 i 80.” Patronat nad nią objął minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego Bogdan Zdrojewski. Na tamten trudny czas spojrzeliśmy jednocześnie poprzez pryzmat muzyki, poezji, malarstwa, ale też okiem fotograficznego obiektywu. Na wystawę złożyło się około 100 dzieł sztuki z zakresu malarstwa, rzeźby, grafiki pochodzących z muzeów i zbiorów prywatnych całego kraju i tyle samo dokumentalnych zdjęć autorstwa wybitnych polskich fotografików. Zaprezentowaliśmy malarstwo artystów tej klasy, jak Maciej Bieniasz, Wiesław Szamborski, Marek Sapetto, Andrzej Konwerski, Józef Łukomski, Włodzimierz Pawlak, Grzegorz Moryciński, Leszek Sobocki, dzieła rzeźbiarskie Adolfa Ryszki, Jana Kucza, Jerzego Jarnuszkiewicza, fotogramy Marka Karewicza, Erazma Ciołka, Wojciecha Prażmowskiego, Tomasza Sikory, Jarosława Tarania, Macieja Osieckiego. Nić narracji stworzyły fragmenty wierszy wielkich polskich poetów: Stanisława Grochowiaka, Czesława Miłosza, ks. Jana Twardowskiego, Stanisława Barańczaka, Zbigniewa Herberta i wielu innych. Całość prezentacji scalała mocna, rockowa i bluesowa muzyka lat 70. i 80, która dla młodego pokolenia stanowiła wówczas swoistą enklawę nadziei i wolności, ale też przestrzeń pokoleniowej, kulturowej identyfikacji. Autorską ścieżkę dźwiękową przygotował Marek Gaszyński mają szansę to nadrobić. Wystawa była prezentowana w Muzeum Literatury od 14 maja do 20 września 2009, a następnie w CBA w Olsztynie i Muzeum Miasta Gdyni.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w katalogu wystawy, folderze oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.12g</b>	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Władysław Broniewski w plastyce i fotografii	Folder, Strony www. Książnicy Płockiej i Muzeum Literatury, Zaproszenia, Mailing	Popularyzacja postaci Władysława Broniewskiego; Promocja oddziału Muzeum Literatury – Muzeum Władysława Broniewskiego	Książnica Płocka im. W. Broniewskiego IX-X 2011 r.	źródła zewnętrzne
--------------	---	--	--	---	--	-------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa planszowa przeznaczona do Książnicy Płockiej i jej oddziałów, prezentująca poezję Władysława Broniewskiego i jej plastyczne konotacje. Zaprezentowane zostaną na niej pochodzące ze zbiorów Muzeum portrety i karykatury W. Broniewskiego, fotografie rzeźb oraz jego własne rysunki. Pokazane zostaną także ilustracje do utworów poety. Narracja zostanie oparta na fragmentach wybranych utworów autora „Mazowsza”.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w folderze oraz innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12h	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Imprezy cykliczne – Noc Muzeów, Piknik Naukowy, Dni Mazowsza, Piknik Historyczny Muzeum Historii Polski, Europejskie Dni Dziedzictwa, Targi Książki Historycznej	Informatory, plakaty, zapowiedzi, Strona WWW Muzeum, Internet, ulotka Muzeum	Promocja i PR Muzeum Literatury, pozyskiwanie nowych odbiorców, Prezentacja oferty i działalności Muzeum	2011 r.	4 000 zł
-------	---	--	--	--	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Udział Muzeum w masowych imprezach cyklicznych organizowany jest corocznie, a przygotowywane działania i ich forma dopasowane do tematyki danego eventu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12i	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Jan Potocki. Wystawa w ramach Tygodnia Polskiego	Strona www. Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza, Druk towarzyszący	Prezentacja postaci Jana Potockiego publiczności francuskiej	Uniwersytet Le Mirail w Tuluzie, Francja IV 2011 r.	x
-------	---	--	--	--	---	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa monograficzna poświęcona Janowi Potockiemu prezentowana we Francji, w Tuluzie na Uniwersytecie Le Mirail w ramach Tygodnia Polskiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12j	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Wystawa poświęcona Czesławowi Miłoszowi (Białoruś)	Strona www. Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza, Druk towarzyszący	Promocja kultury polskiej za granicą	Mińsk, Białoruś VI 2011 r.	programy operacyjne MKiDN
-------	---	--	--	--------------------------------------	----------------------------	---------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Rok Czesława Miłosza pragniemy uczcić wystawą jubileuszową zorganizowaną z okazji 100 rocznicy urodzin Poety. Będzie to wystawa monograficzna, scalająca w jedną opowieść długie życie i przeogromną twórczość autora „Rodzinnej Europy”, który po raz pierwszy bohaterem wystawy Muzeum Literatury stał się w czerwcu 1981 roku (przygotowana została w związku wizytą polskiego Noblisty w kraju po trzydziestu latach nieobecności). Ekspozycja obecna zaprezentuje także dokonania pisarza po 1980 roku, zaprezentuje bogactwo przemysłów historyzoficznych zawartych w jego liryce, poematach, wreszcie eseistyce. Wpisze się w cykl naszych wystaw interpretacyjnych. Wystawa zostanie przygotowana w dużej części ze zbiorów własnych Muzeum Literatury, w części z kolekcji prywatnych. Towarzyszyć jej będą projekcje multimedialne. Przygotowana do prezentacji za granicą.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12k	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Wystawa poświęcona Czesławowi Miłoszowi (Węgry)	Strona www. Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza, Druk towarzyszący	Promocja kultury polskiej za granicą	Budapeszt, Węgry VI 2011 r.	programy operacyjne MKiDN
-------	---	---	--	--------------------------------------	-----------------------------	---------------------------



**OPIS DZIAŁANIA**

Rok Czesława Miłosza pragniemy uczcić wystawą jubileuszową zorganizowaną z okazji 100 rocznicy urodzin Poety. Będzie to wystawa monograficzna, scalająca w jedną opowieść długie życie i przeogromną twórczość autora „Rodzinnej Europy”, który po raz pierwszy bohaterem wystawy Muzeum Literatury stał się w czerwcu 1981 roku (przygotowana została w związku wizytą polskiego Noblisty w kraju po trzydziestu latach nieobecności). Ekspozycja obecna zaprezentuje także dokonania pisarza po 1980 roku, zaprezentuje bogactwo przemysłów historyczoficznych zawartych w jego liryce, poematach, wreszcie eseistyce. Wpisze się w cykl naszych wystaw interpretacyjnych. Wystawa zostanie przygotowana w dużej części ze zbiorów własnych Muzeum Literatury, w części z kolekcji prywatnych. Towarzyszyć jej będą projekcje multimedialne. Przygotowana do prezentacji za granicą.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.121	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Ekspozycja stała w Muzeum Josepha Conrada	Strona www. Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza	Otwarcie nowego muzeum poświęconego J. Conradowi,	Muzeum Josepha Conrada, Berdyczów, Ukraina 2011 r.	środki MKiDN
-------	---	---	---	---	--	--------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Muzeum Literatury przygotowuje ekspozycję stałą do nowootwieranego Muzeum J. Conrada w Berdyczowie na Ukrainie. Dotychczasowa wystawa planszowa (także przygotowana przez Muzeum Literatury) zastąpiona zostanie wystawą eksponatów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.12†	Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie	Maria Szymanowska (1789-1831), kobieta Europy;	płyta z pieśniami Marii Szymanowskiej oraz utworów kameralnych z wykorzystaniem pianoforte Broadwood'a z czasów kompozytorki, wraz z folderem zawierającym artykuły o pianistce, jej twórczości, życiu i czasach w których żyła.	Promocja kultury polskiej, Przypomnienie postaci M. Szymanowskiej	30 września -2 października 2011 r., Paryż	x
-------	---	--	--	---	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

projekt realizowany wraz z Société Maria Szymanowska w Paryżu .  
Projekt promujący postać i twórczość Marii Szymanowskiej w Europie. W ramach projektu wydana ma zostać płyta z pieśniami Marii Szymanowskiej oraz utworów kameralnych z wykorzystaniem pianoforte Broadwood'a z czasów kompozytorki, wraz z folderem zawierającym artykuły o pianistce, jej twórczości, życiu i czasach w których żyła.  
Wystawa w Bibliotece Polskiej w Paryżu, kolokwium z ilustracjami muzycznymi, koncert zagrany na instrumentach historycznych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na okładce płyty, w folderze oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.*

<b>(6.13) Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu</b>						
<b>6.13a</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja wystawy „Cudze chwalicie, swego nie znacie – rękodzieło artysty plastyka Aliny Czyż”	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia skierowane do szkół miejskich i powiatowych	Wspieranie lokalnej twórczości autorskiej. Zachęcenie jak największej liczby odbiorców do obejrzenia wystawy	luty –maj 2011 r. Szydłowiec, teren powiatu szydłowieckiego	300 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Ze względu na oszczędności finansowe Muzeum nie planuje podjęcia specjalnej akcji promocyjnej. Planuje się rozlepienie na słupach ogłoszeniowych plakatów reklamujących wystawę, rozesłanie zaproszeń, plakatów i ulotek informacyjnych do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacje o wystawie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie i mediach lokalnych i regionalnych						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
<b>6.13b</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja wystawy „Ludowa sztuka religijna w zbiorach Muzeum Narodowego w Kielcach”	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia skierowane do szkół lokalnych i powiatowych	Promowanie wiedzy o sztuce ludowej. Zachęcenie jak największej liczby odbiorców do obejrzenia wystawy	maj - wrzesień 2011 r. Szydłowiec, teren powiatu szydłowieckiego	300 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Planuje się rozlepienie na słupach ogłoszeniowych plakatów reklamujących wystawę, rozesłanie zaproszeń, plakatów i ulotek informacyjnych do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacje o wystawie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie i mediach.						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.13c</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja wystawy „Polskie dudy”.	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia skierowane do szkół lokalnych i powiatowych	Promocja wiedzy o polskim instrumentarium ludowym. Zachęcenie jak największej liczby odbiorców do obejrzenia wystawy	wrzesień - grudzień 2011 r. Szydłowiec, teren powiatu szydłowieckiego	300 zł
--------------	---	----------------------------------	---	--	---	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Planuje się rozlepienie na słupach ogłoszeniowych plakatów reklamujących wystawę, rozesłanie zaproszeń, plakatów i ulotek informacyjnych do szkół miejskich i szkół z terenu powiatu szydłowieckiego. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź oraz informacje o wystawie. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie i mediach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.13d</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja Koncertu Noworocznego	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia skierowane do szkół lokalnych i powiatowych	Zachęcenie jak największej liczby odbiorców do wysłuchania koncertu	5 - 28 stycznia 2011 r. Szydłowiec, teren powiatu szydłowieckiego	300 zł
--------------	---	--------------------------------	---	---	---	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Planuje się rozlepienie na słupach ogłoszeniowych plakatów reklamujących koncert, rozesłanie zaproszeń, plakatów, programu koncertu i informacji o wykonawcach do szkół. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź koncertu oraz program i informacje o wykonawcach. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie i mediach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.13e</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja koncertu Zespołu Gassn Klezmer	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia skierowane do szkół lokalnych i powiatowych	Zachęcenie jak największej liczby odbiorców do wysłuchania koncertu	10 marca – 9 kwietnia 2011 r. Szydłowiec, teren powiatu	200 zł
--------------	---	---	---	---	--	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Planuje się rozlepianie na słupach ogłoszeniowych plakatów reklamujących koncert, rozesłanie zaproszeń, plakatów, programu koncertu i informacji o wykonawcach do szkół. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź koncertu oraz program i informacje o wykonawcach. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie i mediach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.13f</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja koncertu „Jesienne melodie” w wykonaniu Roberta Grudnia	Afisze, reklama w prasie, zaproszenia skierowane do szkół lokalnych i powiatowych	Zachęcenie jak największej liczby odbiorców do wysłuchania koncertu	3 – 23 września 2011 r. Szydłowiec, teren powiatu szydłowieckiego	200 zł
--------------	---	--	---	---	--	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Planuje się rozlepianie na słupach ogłoszeniowych plakatów reklamujących koncert, rozesłanie zaproszeń, plakatów, programu koncertu i informacji o wykonawcach do szkół. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona zapowiedź koncertu oraz program i informacje o wykonawcach. Zostanie podjęta kampania reklamowa w prasie i mediach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.13g</b>	Muzeum Ludowych Instrumentów Muzycznych w Szydłowcu	Promocja lekcji muzealnych	Zaproszenia z ofertą tematów lekcji skierowane do szkół lokalnych i regionalnych, kontakty osobiste z nauczycielami historii, j. polskiego, plastyki.	Promocja muzeum w środowisku lokalnym. Zachęcenie uczniów i nauczycieli szkół do korzystania z lekcji muzealnych	cały 2011 r. Szydłowiec, region	200 zł
--------------	---	----------------------------	---	--	---------------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Planuje się rozesłanie drogą internetową do szkół lokalnych i regionalnych zaproszeń z ofertą tematów lekcji skierowaną do uczniów i nauczycieli. Pracownicy muzeum będą się osobiście kontaktować ze szkołami lokalnymi w celu przedstawienia oferty i zachęcenia do korzystania z lekcji muzealnych. Na stronie internetowej muzeum zostanie umieszczona informacja o proponowanych tematach lekcji.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.14) Muzeum Mazowieckie w Płocku**

<b>6.14a</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Otwarcie stałej wystawy „Bolesław Biegas – malarstwo i rzeźba”	<ul style="list-style-type: none"><li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li><li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li><li>* Druk billboardów reklamowych i umieszczenie ich na tablicach wjazdowych do Płocka</li><li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li><li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li><li>* Promocja wystawy na banerze umieszczonym na ulicy Tumskiej</li></ul>	Upowszechnienie twórczości mazowieckiego artysty działającego we Francji	styczeń-marzec 2011 r.	3 500 zł
--------------	-----------------------------	--	--	--	------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Otwarcie stałej ekspozycji prezentującej dorobek twórczy Bolesława Biegasa. Przedstawienie prac malarskich i rzeźbiarskich mazowieckiego twórcy w nowym Salonie wystawienniczym w „Nowym Kinie Przedwiośnie”

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14b</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Wystawa poświęcona Mirze Zimińskiej – Sygietyńskiej – honorowej obywatelce Płocka	Przed otwarciem wystawy: * Druk plakatów informujących o wydarzeniu i umieszczenie ich na słupach POKiS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Druk billboardów reklamowych i umieszczenie ich na tablicach wjazdowych do Płocka * Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej * Promocja wystawy na ekranie diodowym  W trakcie otwarcia Występ zespołu „Mazowsze”	Przybliżenie zwiedzającym postaci Miry Zimińskiej-Sygietyńskiej	styczeń-marzec 2011 r.	5 000 zł
--------------	-----------------------------	---	---	---	------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Udostępnienie zwiedzającym stałej ekspozycji poświęconej Honorowej Obywatelce Miasta Płocka- Mirze Zimińskiej-Sygietyńskiej. Na ekspozycji pokazane będą meble, przedmioty użytkowe, Obrazy i inne obiekty pochodzące ze spuścizny przekazanej Muzeum po Mirze Zimińskiej-Sygietyńskiej. Ekspozycja przygotowana w salonie wystawienniczym „Nowe Kino Przedwiośnie”. W trakcie otwarcia koncert Zespołu Mazowsze.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14c	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Biżuteria, moda, rzemiosło artystyczne (metal) okresu secesji	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li> <li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li> <li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li> <li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li> <li>* Promocja wystawy na banerze umieszczonym na ulicy Tumskiej</li> </ul> <p>W trakcie otwarcia pokaz mody i współczesnej biżuterii</p>	Udostępnienie rzadkich i cennych eksponatów należących do MMP	styczeń-marzec 2011 r.	2 500 zł
-------	-----------------------------	---	--	---	------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa ze zbiorów MMP prezentująca secesyjne wyroby biżuteryjne, modę i rzemiosło artystyczne. W nowej siedzibie muzeum będzie to pierwsza ekspozycja prezentująca atrybuty damskiej mody z przełomu XIX i XX w. W trakcie otwarcia przygotowany pokaz współczesnej mody i biżuterii.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.14d	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Sztuka Dalekiego Wschodu	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu i umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li> <li>* Druk ulotki</li> <li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li> <li>* Druk bilbordów reklamowych i umieszczenie ich na tablicach wjazdowych do Płocka</li> <li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li> <li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li> </ul> <p>W trakcie trwania wystawy spotkania promujące kulturę i sztukę Dalekiego Wschodu</p>	Przybliżenie i popularyzacja sztuki Dalekiego Wschodu	październik-grudzień 2011 r.	3 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Wystawa przygotowana w spichlerzu, poszerzająca zainteresowania etnograficzne z obszarów kultury ludowej Mazowsza na sztukę i kulturę Dalekiego Wschodu. Wystawie towarzyszyć będą działania promujące – spotkania i wieczory muzyczne.						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14e</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Nowe formy indywidualnej ekspresji i sztuki – tatuaż w fotografii artystycznej Tomasza Siekierki	<ul style="list-style-type: none"><li>* Druk informatora, nakład 250 szt.</li><li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li><li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li><li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li><li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li><li>* Wykład na temat stylów artystycznych tatuażu wygłoszony przez Mariusza Snopka (Uniwersytet Opolski)</li></ul>	Prezentacja nowej formy sztuki	maj-wrzesień 2011 r.	1 500 zł
--------------	-----------------------------	--	---	--------------------------------	----------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa przygotowana przez pracowników muzealnych w oparciu o fotografie artystyczne wykonane przez płockiego artystę-tatuatora Tomasza Siekierkę oraz o obiekty odnoszące się do historii tatuażu. Uzupełnieniem będą m.in. współczesne przybory do tatuowania stosowane w profesjonalnych studiach tatuażu oraz egzotyczne jak również prymitywne narzędzia do tatuowania. Nie zabraknie reprintów pocztówek z przełomu XIX i XX w. oraz z pierwszej połowy XX w. mówiące o tej sztuce.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14f</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Sztuka naiwnych	<ul style="list-style-type: none"><li>* Druk informatora do wystawy, nakład 200 szt.</li><li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li><li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li><li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li><li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li></ul>	Prezentacja sztuki osób niepełnosprawnych	październik-grudzień 2011 r.	800 zł
--------------	-----------------------------	-----------------	--	---	------------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA****X**

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14g</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Wojciech Cieśniewski, Mirosław Luma - malarstwo	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Druk bilbordów reklamowych i umieszczenie ich na ulicach w Płocku * Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej * Promocja wystawy na ekranie diodowym W trakcie trwania wystawy spotkanie z autorami wystawy – „Porozmawiajmy o malarstwie”	Prezentacja współczesnego malarstwa	luty-maj 2011 r.	800 zł
--------------	-----------------------------	---	--	-------------------------------------	------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa przybliżająca twórczość płockiego malarza Mirosława Lumy - stypendysty MKDiN i pochodzącego z Działdowa, profesora Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, założyciela Galerii i Stowarzyszenia Malarstwa Współczesnego – Wojciecha Cieśniewskiego

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14h</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Stefan Themerson	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej * Promocja wystawy na ekranie diodowym	Przybliżenie mieszkańcom Płocka postaci Stefana Themersona	wrzesień- październik 2011 r.	1 500 zł
--------------	-----------------------------	------------------	--	--	-------------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

101 rocznica urodzin wybitnego płocczanina – Stefana Themersona będzie kontynuacją działań mających za zadanie upowszechnić tę sylwetkę wśród mieszkańców miasta. Wystawa przygotowana wspólnie z Centrum Sztuki Współczesnej w Warszawie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14i	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Zamek w Ciechanowie – przeszłość na nowo odkryta	<ul style="list-style-type: none"><li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li><li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li><li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li><li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li></ul> <p>W trakcie trwania wystawy spotkanie z archeologami – omówienie badań prowadzonych na zamku w Ciechanowie</p>	Popularyzacja wiedzy archeologicznej na temat zamku ciechanowskiego	październik 2010 r.- styczeń 2011 r.	800 zł
-------	-----------------------------	--	---	---	---	--------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14j	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Dolina Liwca u schyłku starożytności	<ul style="list-style-type: none"><li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li><li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li><li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li><li>* Promocja wystawy na ekranie diodowym</li></ul> <p>W trakcie trwania wystawy spotkanie z dr Jackiem Andrzejowkim – komisarzem wystawy i badaczem stanowisk.</p>	Prezentacja najnowszego stanu badań archeologicznych na południowym Mazowszu	luty–maj 2011 r.	1 200 zł
-------	-----------------------------	--------------------------------------	---	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa przygotowana przez Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie prezentująca najnowszy stan badań archeologicznych kilku interesujących stanowisk z okresu wpływów rzymskich (I-IV n.e.) położonych w dolinie rzeki Liwiec na południowym Mazowszu. Badania te w sposób istotny wzbogaciły naszą wiedzę o kulturze Mazowsza w czasach przed powstaniem państwa polskiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14k</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Plener u Wójta – wystawa poplenerowa	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej	Podsumowanie pleneru malarskiego, prezentacja współczesnego malarstwa	maj 2011 r.	500 zł
--------------	-----------------------------	--------------------------------------	--	---	-------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa stanowiąca podsumowanie XII Ogólnopolskiego Pleneru Malarskiego „Plener u Wójta”, przygotowana wspólnie z Urzędem Gminy Gostynin. Wśród zaproszonych uczestników pleneru spotkać można wybitnych polskich profesjonalistów m.in. Alojzego Balcerzaka, Janusza Lewandowskiego czy Ryszarda Pacera.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14l</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Wystawa poplenerowa organizowana przez MMP i Stowarzyszenie Gmin Turystycznych Pojezierza Gostynińskiego	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej	Podsumowanie pleneru malarskiego, prezentacja współczesnego malarstwa	listopad-grudzień 2011 r.	600 zł
--------------	-----------------------------	--	--	---	---------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Kolejna już wystawa poplenerowa przygotowana wspólnie ze Stowarzyszeniem Gmin Turystycznych Pojezierza Gostynińskiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14t</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Rocznik Muzealny nr 19	* Rozesłanie obowiązkowych egzemplarzy do bibliotek polskich * Rozesłanie egzemplarzy do współpracujących muzeum * Rozesłanie egzemplarzy do współpracujących bibliotek	Popularyzacja tematów związanych z MMP	kwiecień-czerwiec 2011 r.	500 zł
--------------	-----------------------------	------------------------	---	--	---------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wznowienie edycji Rocznika Muzealnego poprzez wydanie kolejnego numeru.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w Roczniku Muzealnym. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14m</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Wznowienie albumu Secesja ze zbiorów MMP	Nakład 2000 szt. Katalog zbiorów, wznowienie Tygodniowa sprzedaż w sklepiku muzealnym po cenie promocyjnej (kosztów nakładu) – informacja w mediach płockich	Popularyzacja zbiorów MMP	październik-grudzień 2011 r.	35 000 zł koszt druku
--------------	-----------------------------	--	---	---------------------------	------------------------------	-----------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wznowienie bardzo popularnego albumu Secesja ze zbiorów MMP, którego nakład został wyczerpany.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w albumie. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14n	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Biuletyny Muzealne numery – 4	A” 500 szt. 1. Rozesłanie obowiązkowych egzemplarzy do bibliotek polskich 2. Rozesłanie egzemplarzy do współpracujących muzeum 3. Rozesłanie egzemplarzy do współpracujących bibliotek	Upowszechnienie informacji na temat działań MMP	I-IV kwartał 2011 r.	7 200 zł koszt druku 4 numerów
-------	-----------------------------	-------------------------------	---	---	----------------------	-----------------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cyklicznie ukazujący się kwartalnik – Biuletyn Muzealny - z bieżącymi sprawami muzealniczymi. Prezentowane w nim artykuły podsumowują działalność muzeum, przedstawiają plany oraz przybliżają czytelnikom zbiory płockiego muzeum.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w Biuletynach Muzealnych. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14ń	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Muzeum – Szkole. Informator edukacyjny Muzeum Mazowieckiego w Płocku 2011/2012	Druk informatora, 500 szt. 1. Rozesłanie obowiązujących egzemplarzy do bibliotek 2. Rozesłanie informatora do szkół płockich i powiatu płockiego	Prezentacja propozycji edukacyjnej skierowanej do szkół	kwiecień-czerwiec 2011 r.	2 500 zł koszt druku
-------	-----------------------------	--	--	---	---------------------------	----------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Adresowany do nauczycieli informator przedstawiający propozycje współpracy z muzeum.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w informatorze. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14o	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Druk przewodnika po muzeum dla dzieci	500 egz. Spotkanie promocyjne z dziećmi przedszkolnymi – adresatami przewodnika	Przybliżenie dzieciom ekspozycji muzealnej, zapoznanie ze sztuką secesyjną i jej typowymi elementami zdobniczymi	lipiec-wrzesień 2011 r.	3 500 zł Koszt druku
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Druk przewodnika, bardzo prostego w odbiorze, dostosowanego do najmłodszego odbiorcy. Ilustracje, kolorowanki, zagadki i rebusy mają za zadanie zachęcić młodego zwiedzającego do aktywnego odbioru sztuki.						



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w przewodniku. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.146</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Jubileusz 190-lecia muzeum	Uroczystości związane z Jubileuszem 1. sesja naukowa na poświęconej 190. rocznicy powstania muzeum - sześć wykładów z udziałem historyków, regionalistów i historyków sztuki 2. Koncert muzyki poważnej 3. Wydanie kompletu pocztówek z dawnymi widokami Płocka ze zbiorów MMP	Podkreślenie rangi muzeum poprzez uroczyste obchody jubileuszowe	lipiec-wrzesień 2011 r.	15 000 zł
--------------	-----------------------------	----------------------------	---	--	-------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14p	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Cykl 4 spotkań pod wspólnym tytułem „Konfrontacje historyczne”	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li> <li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li> <li>* Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li> </ul>	Popularyzacja wiedzy historycznej	styczeń-grudzień 2011 r.	2 500 zł 4 spotkania
-------	-----------------------------	--	--	-----------------------------------	--------------------------	-------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konfrontacje historyczne – forma spotkań z historykami reprezentującymi środowiska akademickie i naukowe, przedstawiającymi różnorodne poglądy na wybrane zagadnienia. Spotkania adresowane do historyków i osób zainteresowanych historią regionu Mazowsza.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14q	Muzeum Mazowieckie w Płocku	VI Piknik Archeologiczno-Etnograficzny – Impreza plenerowa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Druk foldera towarzyszącego imprezie, nakład 300 szt.</li> <li>2. Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li> <li>3. Druk personalizowanych zaproszeń</li> <li>4. Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej</li> <li>5. Promocja wystawy na ekranie diodowym</li> </ol>	Popularyzacja wiedzy archeologicznej i etnograficznej	27-28 sierpnia 2011 r.	5 000 zł
-------	-----------------------------	--	--	---	------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Piknik Archeologiczno-Etnograficzny to przyjęta już przez mieszkańców Płocka forma upowszechniania wiedzy w sposób . VI Piknik będzie przygotowany pod hasłem Księstwa Warszawskiego we współpracy z grupami rekonstrukcyjnymi m.in. Pułkiem 4 Piechoty Księstwa Warszawskiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14r</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Konkurs „Wiedzy o Grecji antycznej”	* Umieszczenie w Biuletynie Muzealnym artykułu zapowiadającego konkurs * Zaproszenia skierowane do dyrektorów szkół biorących udział w konkursie * Uroczyste wręczenie nagród uświetnione odegraną scenką z życia bogów na Olimpie.	Popularyzacja wiedzy o Grecji antycznej	maj 2011 r.	500 zł
--------------	-----------------------------	-------------------------------------	---	---	-------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizowany corocznie od ponad dwudziestu lat konkurs „Wiedzy o Grecji Antycznej”, cieszący się niestabnym powodzeniem wśród młodego pokolenia. Atrakcją uroczystego ogłoszenia wyników są odgrywane przez uczniów scenki mitologiczne.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14s</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Konkurs „Kocham moje miasto”	Umieszczenie w Biuletynie Muzealnym artykułu zapowiadającego konkurs Zaproszenia skierowane do dyrektorów szkół biorących udział w konkursie	Popularyzacja wiedzy nt. Płocka	kwiecień 2011 r.	400 zł
--------------	-----------------------------	------------------------------	---	---------------------------------	------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14ś</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Konkurs „Płock – historia i współczesność”	Umieszczenie w Biuletynie Muzealnym artykułu zapowiadającego konkurs Zaproszenia skierowane do dyrektorów szkół biorących udział w konkursie	Popularyzacja wiedzy na temat Płocka	kwiecień 2011 r.	400 zł
--------------	-----------------------------	--	---	--------------------------------------	------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs interdyscyplinarny, przygotowany przez Zespół Szkół Budowlanych w Płocku pod honorowym patronatem Muzeum Mazowieckiego w Płocku. Adresowany do uczniów szkół gimnazjalnych i uczniów ZSB.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14t	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Konkurs „Moja przygoda w muzeum”	Umieszczenie w Biuletynie Muzealnym artykułu zapowiadającego konkurs.	Popularyzacja wiedzy o sztuce i kulturze	luty 2011 r.	200 zł
-------	-----------------------------	----------------------------------	---	--	--------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Uczestnictwo w konkursie „Moja przygoda w muzeum” organizowanym przez Muzeum Okręgowe w Toruniu dzieci i młodzieży szkół płockich oraz uczestników zajęć w Domach Kultury w Płocku.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14u	Muzeum Mazowieckie w Płocku	III edycja konkursu historycznego	Umieszczenie w Biuletynie Muzealnym artykułu zapowiadającego konkurs Zaproszenia skierowane do dyrektorów szkół biorących udział w konkursie	Popularyzacja wiedzy historycznej regionu Mazowsza	czerwiec 2011 r.	500 zł
-------	-----------------------------	-----------------------------------	---	--	------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizowany przez MMP konkurs adresowany do młodzieży szkół ponadgimnazjalnych, nawiązujący tematem do przeszłości Płocka.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14v</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Konkurs „Jestem przewodnikiem po Płocku”	Umieszczenie w Biuletynie Muzealnym artykułu zapowiadającego konkurs Zaproszenia skierowane do dyrektorów szkół biorących udział w konkursie	Popularyzacja wśród młodzieży szkolnej wiedzy o Płocku	czerwiec 2011 r.	500 zł
--------------	-----------------------------	--	---	--	------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizowany przez MMP konkurs „Jestem przewodnikiem po Płocku „, mający za zadanie upowszechnienie wiedzy o naszym mieście wśród młodego pokolenia. Adresowany do uczniów szkół podstawowych i gimnazjalnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.14w</b>	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Portrety – wydarzenie interdyscyplinarne (wystawa, konkurs, koncerty, spotkania)	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Umieszczenie zapowiedzi udostępnienia wystawy na muzealnej stronie internetowej * Promocja wydarzenia na ekranie diodowym	Popularyzacja wiedzy na temat jednej wybitnej osobowości ze świata sztuki	październik-grudzień 2011 r.	5 000 zł
--------------	-----------------------------	--	---	---	------------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14x	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Kiermasz bożonarodzeniowy	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li> <li>* Druk personalizowanych zaproszeń</li> <li>* Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia na muzealnej stronie internetowej</li> </ul>	Umożliwienie mieszkańcom Płocka zapoznania się z tradycyjnymi ozdobami świątecznymi połączone z możliwością zakupu	grudzień 2011 r.	1 500 zł
-------	-----------------------------	---------------------------	---	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Zaproszeni na kiermasz twórcy ludowi i artyści uatrakcyjnią przygotowania do okresu świąt Bożego Narodzenia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14y	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Ferie w muzeum	Rozesłanie informacji na temat organizowanych spotkań do szkół płockich	Rozbudzenie zainteresowań sztuką i kulturą wśród dzieci	styczeń - luty 2011 r.	300 zł
-------	-----------------------------	----------------	---	---	------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14z	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Noc w Muzeum	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKiS-u</li> <li>* Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia na muzealnej stronie internetowej</li> <li>* Promocja wydarzenia na ekranie diodowym</li> </ul>	Umożliwienie zwiedzania muzeum w odmiennej, nocnej atmosferze i uczestniczenia w specjalnie przygotowanych spektaklach	czerwiec 2011 r.	1 200 zł
-------	-----------------------------	--------------	--	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14ż	Muzeum Mazowieckie w Płocku	Aukcja obrazów współczesnych twórców	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKIS-u * Druk personalizowanych zaproszeń * Umieszczenie zapowiedzi aukcji na muzealnej stronie internetowej	Propagowanie muzeum jako ośrodka ściśle związanego ze sztuką, również współczesną	grudzień 2011 r.	2 000 zł
-------	-----------------------------	--------------------------------------	---	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.14ż	Muzeum Mazowieckie w Płocku	III Jarmark Tumski	* Druk plakatów informujących o wydarzeniu, umieszczenie ich na słupach POKIS-u * Druk billboardów reklamowych i umieszczenie ich na tablicach wjazdowych do Płocka * Umieszczenie zapowiedzi wydarzenia na muzealnej stronie internetowej * Promocja imprezy na ekranie diodowym * Promocja wystawy na banerze umieszczonym na ulicy Tumskiej	Stworzenie mieszkańcom Płocka nowej atrakcyjnej możliwości spędzenia wolnego weekendu	czerwiec 2011 r.	5 000 zł
-------	-----------------------------	--------------------	--	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.15) Muzeum Niepodległości w Warszawie**

6.15a	Muzeum Niepodległości w Warszawie	<p>Uroczyste otwarcie ekspozycji czasowych zaplanowanych na rok 2011:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wystawa fotografii Henryka Poddębskiego „Kresy”</li> <li>• „Polskie dzieci, młodzież i szkoły na tułaczach szlakach 1939-1948”</li> <li>• „Biżuteria patriotyczna od powstania styczniowego do Solidarności”</li> <li>• „Poznański Czerwiec 1956” (wystawa planszowa)</li> <li>• „Polskie Siły Zbrojne”</li> <li>• Stutthoff w relacjach więźniów” (wystawa planszowa)</li> <li>• Kobiety w walce o niepodległość”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plakaty informacyjne</li> <li>- informacja o planowanej wystawie ujęta w programie miesięcznym Muzeum (programy miesięczne zawierają wszystkie wyszczególnione w tabeli działania, dlatego pojawiają się wielokrotnie, a finansowo zostały uwzględnione w tym punkcie)</li> <li>- zaproszenia wysłane drogą elektroniczną do osób i instytucji</li> <li>- zaproszenia wysłane pocztą tradycyjną (ok. 300)</li> <li>- strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów wystaw</li> <li>- zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li> <li>- relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li> </ul> <p>(w wydatkach promocyjnych nie uwzględniono kosztów wydawnictw towarzyszących wystawom: katalogi, informatory itp.)</p>	Rozpowszechnienie informacji o działaniach Muzeum Niepodległości, dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców, propagowanie treści niepodległościowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• styczeń</li> <li>• luty</li> <li>• kwiecień</li> <li>• czerwiec</li> <li>• lipiec</li> <li>• wrzesień</li> <li>• październik 2011 r.</li> </ul> <p>Daty dzienne otwarcia poszczególnych wystaw nie są jeszcze doprecyzowane</p>	17 500 zł
-------	-----------------------------------	--	--	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Przygotowywanie i prezentowanie wystaw jest jednym z zadań placówki muzealnej. Zaplanowane na rok 2011 ekspozycje tematyczne są formą realizacji misji Muzeum Niepodległości. Uroczyste otwarcia wystaw są okazją do zaprezentowania zbiorów muzealnych (własnych i pochodzących z innych placówek), stwarzają też okazję do wymiany poglądów i ciekawych dyskusji z udziałem zaproszonych gości. Otwarciom wystaw towarzyszą prelekcje twórców oraz znawców tematyki. Elementem uzupełniającym są programy artystyczne.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.15b	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Imprezy towarzyszące wystawom stałym i w/w ekspozycjom czasowym	<ul style="list-style-type: none"> <li>* plakaty informacyjne</li> <li>* informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum</li> <li>* zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do osób i instytucji</li> <li>* zaproszenia wysyłane pocztą tradycyjną (ok. 300)</li> <li>* strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów</li> <li>* zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li> <li>* relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o działaniach towarzyszących wystawom w Muzeum Niepodległości. Dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców z propozycjami spotkań tematycznych	realizowane przez cały 2011 r.	12 000 zł
-------	-----------------------------------	---	--	--	--------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Każdej wystawie czasowej towarzyszy cykl spotkań (wykłady, prelekcje, warsztaty itp.) mających na celu przybliżenie odbiorcom różnych aspektów prezentowanych na wystawach zagadnień. Jest to okazja do dotarcia do zróżnicowanych grup, przekazania im ciekawych informacji oraz zainteresowania wieloma aspektami pracy Muzeum Niepodległości. Spotkania odbywają się w środy oraz soboty (1 raz w miesiącu). Do współpracy zapraszani są znawcy tematyki spośród pracowników naukowych, z grona twórców kultury, hobbystów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.15c	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Spotkania cykliczne, np.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• „W salonie u Radziwiłłów”</li> <li>• „Spotkania krzemienieckie”</li> <li>• „Filmowe konfrontacje historyczne”</li> <li>• Promocje książek (własnych oraz zaproszonych do współpracy wydawnictw)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* plakaty informacyjne</li> <li>* informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum</li> <li>* zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną</li> <li>* zaproszenia wysyłane pocztą tradycyjną (ok. 300)</li> <li>* strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów</li> <li>* zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li> <li>* relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li> </ul>	Wzbogacenie oferty muzealnej. Stworzenie kręgów osób zainteresowanych konkretną tematyką oraz formą	1 raz w miesiącu w ustalonych dniach	12 000 zł
-------	-----------------------------------	---	---	---	--------------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wpisane do programu działań muzealnych konkretne spotkania skupiają określone grupy odbiorców, są okazją do kontaktów z wybitnymi znawcami określonych tematów, aktywizują osoby związane z Muzeum poprzez ich udział w dyskusjach towarzyszących spotkaniom.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.15d</b>	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja zajęć w ramach Ferii i Wakacji w MN	* plakaty informacyjne * zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do instytucji oświatowych * strona internetowa Muzeum Niepodległości * zamieszczenie informacji w mediach * relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN	Współudział w organizacji zajęć dla dzieci z Warszawy i okolic	luty, lipiec/ sierpień 2011 r.	400 zł
--------------	-----------------------------------	---	--	--	---	--------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.15e</b>	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja konkursów o tematyce historycznej z uwzględnieniem aspektów niepodległościowych: • „Niepodległa. Tradycja w zderzeniu ze współczesnością” • „Mazowsze moja mała Ojczyzna” • Konkurs krasomówczy	* plakaty informacyjne * zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną do instytucji oświatowych * strona internetowa Muzeum Niepodległości * zamieszczenie informacji w mediach * relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN	Wzbogacanie oferty muzealnej o ciekawe inicjatywy edukacyjne	• listopad • maj – czerwiec • grudzień 2011 r.	3 x 200 zł
--------------	-----------------------------------	--	--	--	--	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Oferta konkursowa skierowana jest do uczniów różnych typów szkół, w działaniach uczestniczą nauczyciele i uczniowie szkół z terenu Mazowsza. W MN organizowane są zajęcia warsztatowe dla uczestników konkursu krasomówczego (współorganizatorem jest Oddział Warszawski Stowarzyszenia Nauczycieli Polonistów) oraz finały wszystkich zmagania Konkursowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.15f</b>	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja imprez wpisanych na stałe do kalendarza muzealnego: <ul style="list-style-type: none"><li>• Dni Dziedzictwa Europejskiego</li><li>• Noc Muzeów</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* plakaty informacyjne</li><li>* informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum</li><li>* zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną</li><li>* zaproszenia wysyłane pocztą tradycyjną (ok. 300)</li><li>* strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów</li><li>* zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li><li>* relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li></ul>	Uczestnictwo MN w ogólnopolskich akcjach – prezentowanie swoich zbiorów i oferty programowej	<ul style="list-style-type: none"><li>• wrzesień</li><li>• maj 2011 r.</li></ul>	2 000 zł
--------------	-----------------------------------	--	---	--	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Adresatami imprez ujętych w ramach obchodów Dni Dziedzictwa Europejskiego są osoby zainteresowane pewnymi aspektami działań muzealnych, stąd potrzeba dotarcia do nieco innego kręgu odbiorców. Szczególne znaczenie ma cały wachlarz imprez organizowanych w ramach Nocy Muzeów (prelekcje, koncerty, programy artystyczne), skupiają one różnorodnych uczestników i tworzą niepowtarzalny klimat.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.15g</b>	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Organizacja imprez wynikających ze specyfiki MN: <ul style="list-style-type: none"><li>• Dni Pamięci Więzienia Pawiak</li><li>• Dni Niepodległości</li><li>• Konferencje tematyczne</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* plakaty informacyjne</li><li>* informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum MN</li><li>* zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną</li><li>* zaproszenia wysyłane pocztą tradycyjną (ok. 300)</li><li>* strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów</li><li>* zamieszczenie informacji o imprezach w mediach</li><li>* relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów</li></ul>	Organizacja imprez wyróżniających MN na tle innych placówek	<ul style="list-style-type: none"><li>• wrzesień</li><li>• listopad</li><li>• daty rocznic historycznych 2011 r.</li></ul>	4 500 zł
--------------	-----------------------------------	---	--	---	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W/w imprezy pozwalają ukazać specyfikę naszej placówki muzealnej (w tym też oddziałów). Mają charakter działań o szerszym zakresie, z udziałem środowisk niepodległościowych oraz grupy więźniów Pawiaka. Uroczystości mają głęboki charakter patriotyczne, kształtują postawy obywatelskie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.15h	Muzeum Niepodległości w Warszawie	Udział w imprezach organizowanych we współpracy z partnerami, np. • Dni Lwowa i Kresów Południowo-Wschodnich w Warszawie • Bieg Niepodległości Udział w konferencjach metodycznych dla nauczycieli, w spotkaniach dla słuchaczy uniwersytetów trzeciego wieku itp.	* wspólne materiały promocyjne (folder, ulotki) * informacja o planowanej wystawie w programie miesięcznym Muzeum * zaproszenia wysyłane drogą elektroniczną * strona internetowa Muzeum Niepodległości oraz strony współorganizatorów * zamieszczenie informacji o imprezach w mediach * relacje ze spotkań w prasie, TV, PR i na stronach internetowych MN i współorganizatorów * ekspozycja logo MN i informacji na roll-upach (konieczność ich zakupu)	Współpraca przy organizacji imprez	• listopad • cały 2011 r.	2 500 zł
-------	-----------------------------------	---	--	------------------------------------	------------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Współpraca taka wywala interesujące pomysły, wzbogaca ofertę każdego partnera, pozwala wyjść szerzej do odbiorców, ukazując jednocześnie różnorodny potencjał partnerów (np. Dom Spotkań a Historią, inne placówki muzealne, domy kultury, wydawnictwa itp.)

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>(6.16) Muzeum Regionalne w Siedlcach</b>						
<b>6.16a</b>	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Sztuka konserwacji papieru – wystawa przygotowana przez pracownię konserwacji dzieł sztuki Małgorzaty i Wiesława Faberów z Warszawy”	<p>Przed wystawą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o wystawie umieszczone na terenie miasta Siedlce</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób.</li> <li>- Informacje o wystawie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”,</li> <li>- Informacje o wystawie w prasie ogólnokrajowej („Art &amp; Business”)</li> <li>- Informacje o wystawie do uczelni artystycznych w Polsce</li> </ul> <p>W trakcie wystawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wykład Państwa Faberów na spotkaniu członków Siedleckiego Klubu Kolekcjonerów na temat „Zabytków na podłożu papierowym”</li> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a></li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy</li> <li>- nagranie materiału o wystawie przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- Informacja o wystawie w lokalnej prasie i telewizji</li> <li>- informacje o wystawie wysyłane do szkół</li> </ul>	Uświadomienie zwiedzającym możliwości ratowania i sposobów przechowywania starych dokumentów, fotografii i dzieł sztuki na podłożu papierowym	10 czerwca – 2 października 2011 r.	2 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Wystawa skierowana do wszystkich grup wiekowych. Pokażemy na niej m.in. eksponaty z naszych zbiorów, które były w konserwacji w tej pracowni oraz dokumentację fotograficzną ich stanu przed konserwacją i w trakcie jej trwania. Konserwatorzy zaprezentują prawidłowy sposób oprawy dzieł sztuki na podłożu papierowym, materiały, narzędzia i urządzenia służące do konserwacji papieru. W trakcie trwania wystawy przewidziane są spotkania konserwatorów z osobami zainteresowanymi tą problematyką.						
<b><u>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</u></b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						

6.16b	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Miedziennictwo i kotlarstwo ze zbiorów Bernarda Nowakowskiego”	<p>Przed wystawą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o wystawie umieszczone na terenie miasta Siedlce</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób.</li> <li>- Informacje o wystawie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”.</li> </ul> <p>W trakcie wystawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wykład Bernarda Nowakowskiego na temat kolekcji dawnego kotlarstwa i miedziennictwa</li> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- nagranie materiału o wystawie przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- Informacja o wystawie w lokalnej prasie i telewizji</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy</li> <li>- informacje o wystawie wysyłane do szkół.</li> </ul>	Prezentacja unikatowej kolekcji oraz pokaz dawnego rzemiosła i sztuki użytkowej	9 września – 30 października 2011 r.	4 000 zł
-------	-------------------------------	---	--	---	--------------------------------------	----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Wystawa skierowana do wszystkich grup wiekowych. Na wystawie będą prezentowane wyroby dawnej sztuki użytkowej i rzemiosła oraz narzędzi kotlarskich. Na wystawie będzie można zapoznać się z przedmiotami codziennego użytku popularnymi w dawnych czasach a obecnie zapomnianymi.

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.16c	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Dni Niepodległej” - uroczystości z okazji 93. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pismo do Marszałka Woj. Mazowieckiego w sprawie patronatu honorowego nad imprezą</li> <li>- Plakaty informacyjne o imprezie umieszczone na terenie miasta Siedlce</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób (władze wojewódzkie, powiatowe, miejskie i gminne, kombatanci, kolekcjonerzy, media, działacze kultury i innych mieszkańców miasta i regionu).</li> <li>- Materiały reklamowe (pocztówki okolicznościowe, stempel okolicznościowy, moneta okolicznościowa, ulotki okolicznościowe oraz śpiewniki z pieśniami patriotycznymi)</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”.</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- Rozstrzygnięcie konkursu plastycznego „Opowiem Wam o Polsce” wraz z nagrodami,</li> <li>- Dyplomy dla uczestników i sponsorów imprezy.</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy na stronie internetowej TVSiedlce i prasie lokalnej.</li> </ul>	Rozbudzenie patriotyzmu i pielęgnowanie tradycji narodowej i regionalnej	11 i 13 listopada 2011r.	7 250 zł
-------	-------------------------------	--	---	--	--------------------------	----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Wzorem lat ubiegłych Muzeum Regionalne w Siedlcach organizuje całodzienną uroczystość z okazji odzyskania przez Polskę niepodległości. W tym roku uroczystość zorganizujemy już po raz ósmy. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców Siedlec znudzonych wieloletnim tradycyjnym świętowaniem obchodów kolejnych rocznic odzyskania niepodległości, przekształciliśmy je w całodzienną uroczystość odbywającą się w muzeum oraz na placach wokół budynku. Atrakcjami tej uroczystości będą m.in.: wernisaże wystaw, pokazy kolekcjonerskie, wieczór poetycki, rozstrzygnięcie konkursu plastycznego „Opowiem Wam o Polsce”, pokazy elementów uzbrojenia i opancerzenia rycerzy z okresu średniowiecza prezentowane przez bractwo rycerskie, pokazy wozów bojowych i elementów oprzyrządowania wojskowego z okresu I i II wojny światowej, pokazy musztry wojskowej, wykład historyczny, grochówka wojskowa oraz ognisko z zespołem śpiewającym pieśni patriotyczne i legionowe.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W przypadku uzyskania zgody na patronat Marszałka Województwa Mazowieckiego zalecane jest umieszczenie na ww. materiałach również herbu Województwa Mazowieckiego. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem

Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.16d	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„Adwentowe granie” - XVII konkurs gry na ligawkach dla wykonawców z południowego Podlasia i wschodniego Mazowsza	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o imprezie umieszczone na terenie miasta Siedlce,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do uczestników konkursu,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób,</li> <li>- Materiały reklamowe (ulotki z informacjami o imprezie),</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”,</li> <li>- Przygotowanie wydawnictwa z poprzedniej edycji konkursu (informacje i fotografie).</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- występy teatrów obrzędowych – widowiska,</li> <li>- wręczenie nagród i upominków,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a></li> <li>- Informacja o konkursie w TVSiedlce i prasie lokalnej.</li> </ul>	Przypomnienie zamierającej kultury i obrzędów ludowych na wschodnim i południowym Mazowszu	10 grudnia 2011 r.	3 200 zł
-------	-------------------------------	--	--	--	--------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Muzeum Regionalne w Siedlcach we współpracy z Centrum Kultury i Sztuki w Siedlcach, w drugą sobotę grudnia, organizuje imprezę folklorystyczną związaną z ludowymi obrzędami. Cieszy się ona dużym zainteresowaniem wśród dzieci i młodzieży. Corocznie w imprezie bierze udział około czterdziestu uczestników w trzech kategoriach wiekowych: dzieci, młodzież i dorośli. W trakcie imprezy występują 2 teatry ludowe z krótkimi widowiskami. Na koniec imprezy przewodniczący jury ogłasza i wręcza nagrody uczestnikom.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.16e	Muzeum Regionalne w Siedlcach	„XXI Tradycje wielkanocne”	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne o imprezie umieszczone na terenie miasta Siedlce,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do uczestników konkursu,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób,</li> <li>- Materiały reklamowe (ulotki z informacjami o imprezie),</li> <li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”,</li> <li>- Przygotowanie wydawnictwa z poprzedniej edycji konkursu (informacje i fotografie).</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nagranie materiału wraz z wypowiedziami uczestników przez dziennikarzy TVSiedlce,</li> <li>- nagrywanie wypowiedzi uczestników przez dziennikarzy „Katolickiego Radia Podlasie”,</li> <li>- wręczenie nagród i upominków,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeumsiedlce.art.pl">www.muzeumsiedlce.art.pl</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy na stronie internetowej TVSiedlce i prasie lokalnej.</li> </ul>	Przypomnienie zamierającej kultury i obrzędów ludowych na wschodnim i południowym Mazowszu	16 kwietnia 2011 r.	1 200 zł
-------	-------------------------------	----------------------------	--	--	---------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza folklorystyczna z cyklu „Żywa tradycja – pamięć pokoleń” realizowana we współpracy z Centrum Kultury i Sztuki w Siedlcach. W programie imprezy będą: prezentacje konkursowe zespołów ludowych z południowego Podlasia i wschodniego Mazowsza: gawędy o wierzeniach, zwyczajach, obrzędach i pieśni wielkanocne, prezentacja regionalnych potraw świątecznych (na stołach i w święconym), prezentacja zdobnictwa wielkanocnego - kwiaty, palmy, pisanki, wycinanki, dekoracje świętych obrazów, pokazy wielkanocnego kolędowania. Na zakończenie programu degustacja prezentowanych potraw, imprezie towarzyszy kiermasz wielkanocny, można zakupić palmy, kwiaty, pisanki, wycinanki, tkaniny ludowe, rzeźby, bednarstwo, pieczywo. Impreza rozpoczyna się o godz.

11:00

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.16f	Muzeum Regionalne w Siedlcach	Cykliczne uroczystości religijno-patriotyczne upamiętniające wybuch II wojny światowej oraz uczczenie pamięci więźniów Karnego Obozu w Treblince	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób (mieszkańcy, politycy i samorządowcy),</li><li>- Informacje o imprezie w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”.</li></ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- materiał informacyjny emitowany w „Katolickim Radiu Podlasie”</li><li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li></ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeum-treblinka.pl">www.muzeum-treblinka.pl</a>,</li><li>- Informacje z imprezy w prasie lokalnej.</li></ul>	Przypomnienie wybuchu II wojny światowej i oddanie hołdu zamordowanym więźniom Karnego Obozu Pracy	3 września 2011 r.	1 500 zł
-------	-------------------------------	--	---	--	--------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wzorem lat ubiegłych Muzeum Walki i Męczeństwa w Treblince – Oddział Muzeum Regionalne w Siedlcach organizuje cykliczną uroczystość już od kilkunastu lat. Podczas tego spotkania gromadzi się około 350 osób w różnym wieku w tym duża liczba młodzieży szkolnej i harcerzy. Obecni są też nieliczni żyjące jeszcze więźniowie Karnego Obozu Pracy. Uroczystościom przewodniczy ks. bp. Antoni Pacyfik Dydycz. Uroczystość ma podniosły religijno-patriotyczny charakter.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.16g	Muzeum Regionalne w Siedlcach	Konferencja naukowa poświęcona Miejscu Pamięci w Treblince	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 50 osób (głównie przedstawiciele muzeów martyrologicznych w Polsce),</li> <li>- Informacje o konferencji w mediach regionalnych („Tygodnik siedlecki”, „Życie siedleckie”, „TVSiedlce”, „Katolickie Radio Podlasie”, „Echo Katolickie”, „Kultura siedlecka”,</li> <li>- Informacje o konferencji w mediach ogólnopolskich („Gazeta Wyborcza” i TVN)</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- materiał naukowo-informacyjny dotyczący historii Obozów w Treblince (Obozu Zagłady i Obozu Pracy), historia tego miejsca przed upamiętnieniem, interpretacja upamiętnienia i działalność muzeum w ostatnich dziesięcioleciach,</li> <li>- materiał fotograficzny z imprezy.</li> </ul> <p>Po imprezie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja z fotografiami na stronie internetowej <a href="http://www.muzeum-treblinka.pl">www.muzeum-treblinka.pl</a>,</li> <li>- Informacje z imprezy w prasie lokalnej,</li> <li>- Pokonferencyjna publikacja będzie zawierała artykuły naukowe poświęcone całościowo Treblince.</li> </ul>	Wypełnienie luki informacyjnej dotyczącej tego miejsca	20 i 21 października 2011 r.	17 000 zł
-------	-------------------------------	--	---	--	------------------------------	-----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Pierwsza naukowa konferencja w Muzeum Walki i Męczeństwa w Treblince – Oddział Muzeum Regionalne w Siedlcach, gdyż muzeum od 2010 r. posiada odpowiednie warunki. Będzie to 2-dniowa konferencja poświęcona Miejscu Pamięci w Treblince. Na konferencję zaprosimy 8-10 prelegentów z Polski. Pierwszego dnia będą przedstawiane referaty, a drugiego zwiedzanie terenu muzeum. Po zakończeniu konferencji konieczne jest wydrukowanie pokonferencyjnej publikacji.

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>(6.17) Muzeum Romantyzmu w Opinogórze</b>						
<b>6.17a</b>	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Noc Muzeów	Plakat, reklamy radiowe - Katolickie Radio Ciechanów, reklamy prasowe – tygodnik Ciechanowski, Extra Ciechanów, Czas Ciechanowa, informacja na portalach internetowych, informacje na stronie internetowej	doprowadzenie informacji do jak najszerszego grona odbiorców, poszerzenie listy odbiorców, upowszechnienie informacji o Muzeum, zwiększenie atrakcyjności Muzeum dla zwiedzających, edukacja kulturalna	Maj, Muzeum Romantyzmu	5 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Muzeum, dołączając do szeregu instytucji biorących udział w akcji, ma na celu zaprezentowanie swoich obiektów i zbiorów w wyjątkowy, niekonwencjonalny sposób. W celu uatrakcyjnienia wydarzenia planowany jest koncert plenerowy muzyki poważnej w nowoczesnej aranżacji, dotarcie do wszystkich grup wiekowych o różnym statusie społecznym (wstęp bezpłatny), zaprezentowanie Muzeum z innej perspektywy						
<b><u>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</u></b>						
<p>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
<b>6.17b</b>	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Kino plenerowe	Reklamy, plakaty, informacje na stronie internetowej, ulotki, jw	doprowadzenie informacji do jak najszerszego grona odbiorców, poszerzenie listy odbiorców, upowszechnienie informacji o Muzeum, zwiększenie atrakcyjności Muzeum dla zwiedzających, edukacja kulturalna	maj – sierpień 2011 r. Muzeum	10 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Bazując na doświadczeniach tego typu imprez z roku 2010 chcemy zasugerować tę formę spędzania wolnego czasu w sezonie wakacyjnym. Impreza przeznaczona jest dla szerokiego grona odbiorców, bez ograniczeń wiekowych, w przystępnej cenie. Jest to jedna z możliwości zaprezentowania turystom innego wymiaru Muzeum, które znają z wycieczek szkolnych, czy indywidualnych wyjazdów do Opinogóry.						
<b><u>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</u></b>						

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.17c	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Wystawiennictwo tematycznie związane z działalnością Muzeum Romantyzmu w muzeach w Dreźnie, w Wilnie, w Nowogrodku, w Krzemieńcu	Reklamy, plakaty, informacje na stronie internetowej, broszury do placówek kulturalnych, szkół, instytucji	doprowadzenie informacji do jak najszerszego grona odbiorców, poszerzenie listy odbiorców, upowszechnienie informacji o Muzeum, zwiększenie atrakcyjności Muzeum dla zwiedzających, edukacja kulturalna	x	25 000 zł
-------	--------------------------------	--	--	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Nawiązując do okresu romantyzmu, jak również do wieszczki Zygmunta Krasińskiego Muzeum podejmując wystawiennictwo poza granicami kraju pragnie upowszechniać wiedzę o naszej placówce, zasygnalizować istnienie Muzeum, udzielać żywej lekcji historii i literatury. Kierując swoją ofertę dla Polonii pomagamy budować więź z krajem, umacniać patriotyzm.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.17d	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Weekendowe, jednodniowe pobyty dla rodzin w Muzeum	Reklamy w prasie i radiu, plakaty, informacje na stronie internetowej, informacje dostarczane do szkół i instytucji, informacje na portalach internetowych.	doprowadzenie informacji do jak najszerszego grona odbiorców, poszerzenie listy odbiorców, upowszechnienie informacji o Muzeum, zwiększenie atrakcyjności Muzeum dla zwiedzających, edukacja kulturalna	2011 r.	5 000 zł
-------	--------------------------------	--	---	---	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Oferta skierowana do rodzin, próba zachęcenia ich do przyjazdu do Opinogóry, do zwiedzania Muzeum i pozostania na dłużej. Zakorzenie w mieszkańcach przede wszystkim z najbliższego otoczenia, że zespół pałacowo – parkowy jest doskonałym dla nich terenem do wypoczynku, do relaksu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.17e</b>	Muzeum Romantyzmu w Opinogórze	Obchody 50 – lecia Muzeum Romantyzmu	Reklamy w prasie i radiu, plakaty, informacje na stronie internetowej, informacje dostarczane do szkół i instytucji, informacje na portalach internetowych.	doprowadzenie informacji do jak najszerszego grona odbiorców, poszerzenie listy odbiorców, upowszechnienie informacji o Muzeum, zwiększenie atrakcyjności Muzeum dla zwiedzających, edukacja kulturalna	2011 r.	15 000 zł
--------------	--------------------------------	--------------------------------------	---	---	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Całoroczny cykl imprez mających na celu uczczenie 50 – lecia istnienia naszej placówki.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.18) Muzeum Sportu i Turystyki**

<b>6.18a</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Kampania outdoorowa	Bilboardy Muzeum rozmieszczone na terenie Warszawy i kilku polskich miast	Dotarcie do 10 000 osób	marzec 2011 r.	barter
--------------	---------------------------	---------------------	---	-------------------------	----------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Rozmieszczenie w atrakcyjnych miejscach w Warszawie billboardów promujących Muzeum Sportu i Turystyki. Reklama wielkoformatowa jest niezwykle efektowna i skuteczna. Szacunkowo przekaz reklamowy może dotrzeć do tysięcy odbiorców, potencjalnych gości Muzeum. Współpraca z właścicielem nośników będzie opierała się na zasadach barterowych. Wśród potencjalnych partnerów są AMS i Stroer.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w reklamie wielkoformatowej, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

<b>6.18b</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Działania na portalach społecznościowych i informacyjnych	Bieżąca informacja o Muzeum w postaci artykułów ze zdjęciami	Pozyskanie stałych gości Muzeum Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	styczeń - luty 2011 r.	0 zł
--------------	---------------------------	---	--	---	------------------------	------

#### **OPIS DZIAŁANIA**

Działania promocyjne na tzw. social media rozwijają się niezwykle dynamicznie i przynoszą oczekiwane efekty. Informacje wraz ze zdjęciami na portalach społecznościowych typu facebook czy twitter gwarantują dotarcie do odpowiedniej grupy docelowej zainteresowanej wydarzeniami w Muzeum i szybka informacja przekazywana w sposób bezpośredni.

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.18c	Muzeum Sportu i Turystyki	Współpraca z mediami	Bieżąca współpraca z mediami ogólnopolskim, lokalnymi i branżowymi (TVP, TVN, Polsat, Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Dziennik Gazeta Prawna, Radiowa Jedynka, RMF FM, Radio Eska, Radio Zet)	Pozyskanie stałych gości Muzeum Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	2011 r.	0 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Bieżący kontakt z mediami, wysyłanie informacji prasowej o poszczególnych imprezach. Wysyłanie newslettera do zainteresowanych dziennikarzy. Kontakt z dziennikarzami poprzez wysyłkę zaproszeń z bazy kontaktów medialnych (ponad 500 rekordów). Pozyskiwanie patronów medialnych do poszczególnych projektów realizowanych w Muzeum Sportu. Stworzenie na stronie internetowej kalendarium wydarzeń organizowanych przez Muzeum ułatwiające dostęp do informacji zainteresowanym mediom.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
6.18d	Muzeum Sportu i Turystyki	Uczestnictwo w targach LATO 2011, TT Warsaw	Prezentacja oferty edukacyjnej i konferencyjnej Muzeum	Pozyskanie stałych gości Muzeum Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	styczeń-luty 2011 r.	0 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Uczestnictwo w targach turystycznych to okazja do pozyskania partnerów w postaci biur podróży. Zapewni to wzrost frekwencji wśród grup zorganizowanych odwiedzających Muzeum Sportu. Przygotowanie i kolportaż na targach ulotek promocyjnych (ok. 1000 sztuk/impreza) oferty edukacyjnej oraz gadżetów reklamowych, na co dzień sprzedawanych w sklepiku muzealnym oraz w sklepie internetowym. Potencjalni kontrahenci mogą zapoznać się z ofertą konferencyjną Muzeum, jako miejsca odpowiedniego do organizacji konferencji prasowych i imprez firmowych.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
6.18e	Muzeum Sportu i Turystyki	Uczestnictwo w imprezach Mazowieckie Klimaty, Dni Żoliborza	Prezentacja oferty edukacyjnej i konferencyjnej Muzeum	Pozyskanie partnerów zewnętrznych w postaci biur podróży	2011 r.	1 000 zł



**OPIS DZIAŁANIA**

Uczestnictwo w imprezach plenerowych do jedna ze strategii promocji Muzeum, której zadaniem jest zaprezentowanie oferty jak najszerszemu gronu odbiorców. Imprezy plenerowe cieszą się dużą frekwencją. Podczas takich wydarzeń w formie prezentacji multimedialnej potencjalni goście Muzeum zapoznają się z budynkiem i niektórymi eksponatami. Prezentowana jest również oferta edukacyjna skierowana do szkół i przedszkoli. Organizacja kąciku dla dzieci, gdzie można rozwiązywać zagadki, rebusy, rysować wpływa pozytywnie na wizerunek Muzeum. Organizacja konkursów z nagrodami (gadżety promocyjne, bezpłatne bilety wstępu).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18f</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Wystawa 90 lat PZPN	Organizacja wystawy z okazji jubileuszu Polskiego Związku Piłki Nożnej w kontekście zbliżających się Mistrzostw Europy 2012	Promocja programu EURO 2012 w Muzeum Sportu	czerwiec 2011 r.	40 000 zł
--------------	---------------------------	---------------------	---	---	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Pozyskanie patronów medialnych, przygotowanie katalogu wystawy prezentującego największe sukcesy polskiej piłki nożnej oraz promującego futbolowe zbiory muzealne. Na wystawie zostaną zaprezentowane pamiątki dokumentujące historię Polskiego Związku Piłki Nożnej. Wysyłka zaproszeń do poszczególnych związków sportowych, instytucji publicznych. Promocja wydarzenia w mediach ogólnopolskich. Wysyłka informacji prasowej do bazy dziennikarzy poprzez pocztę elektroniczną oraz Fax. Wystawa będzie okazją do prezentacji programu edukacyjnego EURO 2012 przygotowanego przez Muzeum a skierowanego do dzieci i młodzieży.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18g</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Wystawa Sport na dawnej pocztówce, Moskwa	Organizacja i prezentacja zbiorów w Muzeum Fizycznej Kultury i Sportu	Prezentacja oferty Muzeum na rynku rosyjskim	kwiecień, wrzesień 2011 r.	15 000 zł
--------------	---------------------------	---	---	--	----------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizacja wystawy fotograficznej ze zbiorów Muzeum Sportu i Turystyki w Muzeum Fizycznej Kultury i Sportu w Moskwie. Prezentacja dorobku Muzeum Sportu zagranicą. Zainteresowanie projektem mediów rosyjskich. Przygotowanie katalogu wystawy. Reklama Muzeum Sportu na ekspozycji poprzez umieszczenie roll up oraz bannerów reklamowych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18h</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Wystawa Polski Sport na dawnej Fotografii	Organizacja wystawy fotograficznej	Prezentacja oferty Muzeum na rynku amerykańskim i kanadyjskim	czerwiec 2011 r.	20 000 zł
--------------	---------------------------	---	------------------------------------	---	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizacja wystawy fotograficznej ze zbiorów Muzeum Sportu i Turystyki w polskich ambasadach w USA i Kanadzie. Ekspozycja skierowana głównie do polonii mieszkającej w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. Prezentacja dorobku Muzeum Sportu zagranicą. Zainteresowanie projektem mediów amerykańskich i kanadyjskich. Reklama Muzeum Sportu na ekspozycji poprzez umieszczenie roll up oraz bannerów reklamowych. Przygotowanie katalogu wystawy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.18i	Muzeum Sportu i Turystyki	Wystawa promocyjna Muzeum Sportu	Organizacja wystawy w Pijalni Wód w Krynicy Górskiej	Prezentacja Muzeum jako instytucji ekologicznej i dbającej o środowisko naturalne	sierpień 2011 r.	5 000 zł
-------	---------------------------	----------------------------------	--	---	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizacja wystawy fotograficznej ze zbiorów Muzeum Sportu i Turystyki w Pijalni Wód w Krynicy. Ekspozycja jest cykliczna (raz w roku) przygotowywana przez pracowników Muzeum. Zainteresowanie projektem lokalnych gazet, rozgłośni radiowych i telewizyjnych. Reklama Muzeum Sportu na ekspozycji poprzez umieszczenie roll up oraz bannerów reklamowych. Przygotowanie katalogu wystawy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.18j	Muzeum Sportu i Turystyki	Fibak Wystawa	Organizacja wystawy na terenie ekspozycji czasowej	Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	wrzesień 2011 r.	25 000 zł
-------	---------------------------	---------------	--	---	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Pozyskanie patronów medialnych, przygotowanie katalogu wystawy prezentującego największe sukcesy polskiego tenisa oraz biografię wybitnego tenisisty Wojciecha Fibaka. Wysyłka zaproszeń do poszczególnych związków sportowych, instytucji publicznych. Promocja wydarzenia w mediach ogólnopolskich. Wysyłka informacji prasowej do bazy dziennikarzy poprzez pocztę elektroniczną oraz Fax. Pozyskanie partnerów zewnętrznych sprzęt tenisowy i organizacja konkursu dla zwiedzających. Organizacja meczu pokazowego tenisa. Przygotowanie katalogu wystawy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18k</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Eugeniusz Gerlach Wystawa	Organizacja wystawy na terenie ekspozycji czasowej	Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	styczeń- luty 2011 r.	7 000 zł
--------------	---------------------------	------------------------------	--	---	--------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa prac Eugeniusza Gerlacha na ekspozycji czasowej MSiT. Promocja wydarzenia w mediach ogólnopolskich. Przygotowanie katalogu wystawy. Wysyłka informacji prasowej do bazy dziennikarzy poprzez pocztę elektroniczną oraz Fax. Wysyłka zaproszeń do poszczególnych związków sportowych, instytucji publicznych

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18l</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Wystawa Karawana do Marzeń	Organizacja wystawy na terenie ekspozycji czasowej	Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	maj 2011 r.	7 000 zł
--------------	---------------------------	----------------------------	--	---	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa towarzysząca Przeglądowi Filmów Alpinistycznych im. Wandy Rutkiewicz. Promocja wydarzenia w mediach ogólnopolskich. Przygotowanie katalogu wystawy. Wysyłka informacji prasowej do bazy dziennikarzy poprzez pocztę elektroniczną oraz Fax. Wysyłka zaproszeń do poszczególnych związków sportowych, instytucji publicznych

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18t</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Strasburg	Organizacja wystawy na terenie ekspozycji czasowej	Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	lipiec-sierpień 2011 r.	5 000 zł
--------------	---------------------------	-----------	--	---	-------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa fotograficzna autorstwa Zbigniewa Kulika. Ekspozycja zorganizowana z okazji polskiej prezydencji w Unii Europejskiej która przypadnie na drugą połowę 2011 roku. Wysyłka zaproszeń do poszczególnych związków sportowych, instytucji publicznych. Promocja wydarzenia w mediach ogólnopolskich

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18m</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Najwspanialsze wydarzenia w dziejach sportu estońskiego	Organizacja wystawy na terenie ekspozycji czasowej	Podniesienie frekwencji na wernisażach wystaw	październik-grudzień 2011 r.	10 000 zł
--------------	---------------------------	---	--	---	------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa fotograficzna wypożyczona z Muzeum Sportu Estońskiego w Tartu. Promocja wydarzenia w mediach ogólnopolskich. Wysyłka zaproszeń do poszczególnych związków sportowych, instytucji publicznych

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.18n</b>	Muzeum Sportu i Turystyki	Noc Muzeów	Organizacja cyklicznej imprezy Noc Muzeów	Podniesienie frekwencji	maj 2011 r.	4 000 zł
--------------	---------------------------	------------	---	-------------------------	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Przygotowanie pokazów sportowych w porozumieniu z wybranym klubem (w ostatnich latach szermierka, judo). Prezentacje filmów o tematyce sportowej, przygotowanie konkursów dla gości Muzeum. Kolportaż gadżetów i książek o tematyce sportowej. Promocja imprezy w porozumieniu z Biurem Promocji Miasta.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.18o	Muzeum Sportu i Turystyki	Wieczory Poezji	Organizacja wieczorów poezji w bibliotece MSiT	Podniesienie frekwencji	maj 2011 r.	2 000 zł
-------	---------------------------	-----------------	--	-------------------------	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Oferta skierowana do środowiska literatów i poetów. Mająca na celu zaprezentowanie Muzeum jako miejsca szczególnego, w którym można prezentować swoje dokonania literackie. Wieczory poetyckie organizowane są raz na kwartał.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.18p	Muzeum Sportu i Turystyki	Giełda Kolekcjonerów Pamiątek Sportowych	Organizacja Giełdy Kolekcjonerów Pamiątek Sportowych	Podniesienie frekwencji	maj 2011 r.	2 000 zł
-------	---------------------------	--	--	-------------------------	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Oferta skierowana do środowiska kolekcjonerów sportowych, którzy są ważnym partnerem nierzadko przekazują swoje pamiątki do zbiorów. Giełdy organizowane są raz na kwartał. Relacje z Giełd były emitowane w mediach ogólnopolskich ( Polsat, TVP, TVN). Współpraca z portalami kolekcjonerskimi w zakresie promocji imprezy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>(6.19) Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie</b>						
<b>6.19a</b>	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Bieżąca promocja	Plakaty, ulotki z informacjami muzealnymi, ogłoszenia w mediach, informatorach	Promocja działalności statutowej Muzeum	cały 2011 r.	20 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Zgodnie ze strategią promocyjną Muzeum przez cały rok kalendarzowy przygotowywane będą materiały promocyjne, zaproszenia, plakaty promujące wydarzenia odbywające się w Muzeum Szlachty Mazowieckiej. Będą to informacje dotyczące organizowanych wystaw, imprez plenerowych jak i wydarzeń które mają miejsce w poszczególnych budynkach Muzeum. Promocja prowadzona również za pomocą mediów, lokalnej prasy oraz drogi elektronicznej.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
<b>6.19b</b>	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Promocja Zamku Książąt Mazowieckich	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Folder informacyjny zawierający aktualne informacje opisujące stan zaawansowania prac związanych z I etapem rewitalizacji Zamku Książąt Mazowieckich w Ciechanowie.</li> <li>2. ulotki reklamowe</li> <li>3. plakaty</li> <li>4. artykuły prasowe</li> </ol>	Informacje społeczeństwa na temat postępu w pracach rewitalizacyjnych obiektu	I połowa 2011 r.	15 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Planowane jest wydanie informatora opisującego prace prowadzone na Zamku Książąt Mazowieckich, stan zaawansowania prac związanych z rewitalizacją tego obiektu, zdjęciami pokazującymi prowadzone działania.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
<b>6.19c</b>	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Promocja Muzeum Szlachty Mazowieckiej	Reklama za pośrednictwem mediów, prasy, drogi elektronicznej, materiałów promocyjnych.	Dotarcie do jak największej liczby odbiorców z informacją, promocją Muzeum Szlachty Mazowieckiej	2011 r.	10 000 zł



**OPIS DZIAŁANIA**

Za pośrednictwem mediów , drogi elektronicznej, materiałów promocyjnych (foldery, ulotki) postaramy się dotrzeć do jak największej liczby potencjalnych odwiedzających progi Muzeum Szlachty Mazowieckiej które składa się z 3 obiektów: Zamek Książąt Mazowieckich w Ciechanowie, Budynek ekspozycyjny przy ul. Warszawskiej 61a w Ciechanowie oraz Oddział Muzeum w Gołotczyźnie w skład którego wchodzi : „Krzewnia” Muzeum Pozytywizmu dom w którym żył i tworzył Aleksander Świętochowski, „dworek” Aleksandry Bąkowskiej, budynki inwentarskie. Wszystkie obiekty położone na terenie pięknego zabytkowego parku. Zaprezentujemy ofertę lekcji muzealnych, warsztatów dla dzieci i młodzieży, wystaw czasowych, imprez cyklicznych oraz w plenerze, koncertów muzyki dawnej itp. mających się odbyć w 2011 r. Część swoich działań skierujemy do organizatorów turystyki w celu przyciągnięcia jak największej ilości grup szkolnych i młodzieży.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.19d	Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie	Pozyskiwanie sponsorów	Pisemne i bezpośrednie kontakty z instytucjami państwowymi oraz firmami znajdującymi się na terenie naszego miasta i powiatu	Wzbogacenie programu wydarzenia muzealnego poprzez zakup i rozdanie nagród w poszczególnych kategoriach, itd.	2011 r.	1 000 zł
-------	--	------------------------	--	---	---------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Przy realizacji poszczególnych planowanych zadań w 2011 r. w celu pozyskania sponsorów będziemy nawiązywali kontakty, prowadzili negocjacje z instytucjami państwowymi w celu pozyskania dotacji oraz z firmami prywatnymi w celu dofinansowania zadania.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>(6.20) Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu</b>					
<b>6.20a</b>	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	<p>„Niedziela Palmowa w skansenie”. Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w Niedzielę Palmową. Kulturuje tradycję obchodzenia Świąt Wielkiej Nocy wśród mieszkańców Mazowsza</p> <p>Zasięg imprezy: regionalny.</p> <p>Uczestnicy – ok. 2000 osób</p>	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Bannery reklamowe rozwieszone na terenie Sierpca</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na żywo na antenie RDC – wywiady z twórcami, organizatorami i uczestnikami imprezy</li> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją poszczególnych atrakcji – rozdawana w kasach Muzeum</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	<p>Propagowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów ludowych związanych z tradycją obchodzenia Świąt Wielkiej Nocy w aspekcie świeckim i religijnym na Mazowszu w XIX i XX w. .</p>	<p>17 kwietnia 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64</p> <p>7 000 zł</p>
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>					
<p>Impreza skierowana do mieszkańców regionu Mazowsza. Obchodom towarzyszyć będzie konkurs plastyczny „Tradycyjna palma wielkanocna” ogłoszony w szkołach i na stronie internetowej MWM, skierowany do dzieci i młodzieży szkolnej oraz twórców nieprofesjonalnych. W ramach obchodów Niedzieli Palmowej w skansenie w kościele z Drążdżewa odprawiona zostanie uroczysta msza św. połączona z poświęceniem palm i procesją. Nastąpi rozstrzygnięcie konkursu „Tradycyjna palma wielkanocna”. W 10 zagrodach chłopskich przełomu XIX i XX w. otwarta zostanie wystawa „Wielkanoc na Mazowszu”, którą wzbogacą pokazy wykonywania palm wielkanocnych i zdobienia jaj. Zaplanowano także 4 projekcje prezentacji multimedialnej „Zwyczaje i obrzędy wiosenne na Mazowszu” wprowadzającej w zagadnienia prezentowane na wystawie i przygotowujące do jej zwiedzania. Uroczystości Niedzieli Palmowej uświetni koncert zespołu ludowego i wielkanocny kiermasz wyrobów ludowego rękodzielnictwa.</p>					
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>					
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>					

6.20b	Muzuem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	<p>„Gry i zabawy wielkanocne” Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w Poniedziałek Wielkanocny. Prezentuje ludowe gry i zabawy związane z okresem wiosennym, towarzyszące obchodom Świąt Wielkiej Nocy. Zasięg imprezy: regionalny. Uczestnicy – ok. 2000 osób</p>	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plasz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją poszczególnych atrakcji – rozdawana w kasach Muzeum</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	<p>Propagowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów ludowych związanych z tradycją obchodzenia Świąt Wielkiej Nocy w aspekcie świeckim i religijnym na Mazowszu w XIX i XX w.; pielęgnowanie więzi międzypokoleniowych w relacjach dziadkowie – dzieci – wnuki poprzez wspólny udział w zabawach.</p>	<p>25 kwietnia 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64</p>	<p>3 500 zł</p>
-------	-----------------------------------	---	--	--	--	-----------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do mieszkańców regionu Mazowsza. W ramach imprezy zaplanowano przeprowadzenie 5 ludowych gier i zabaw (w kilku turach w zależności od liczby chętnych) oraz konkurs zręcznościowy z wykorzystaniem drewnianych sikawek dyngusowych. Zabawy zostaną przeprowadzone z udziałem gości, którzy w dniu imprezy odwiedzą skansen. Ponadto w 10 zagrodach chłopskich przełomu XIX i XX w. czynna będzie wystawa „Wielkanoc na Mazowszu”, którą wzbogacą pokazy wycinanki obrzędowej, haftu, papieroplastyki, plecionkarstwa i rzeźby w wykonaniu twórców ludowych. Zaplanowano 4 projekcje prezentacji multimedialnej „Zwyczaje i obrzędy wiosenne na Mazowszu” wprowadzającej w zagadnienia prezentowane na wystawie. Przed karczmą planowany jest koncert wiejskiej kapeli ludowej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20c	Muzem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Niedziela w skansenie” – cykl imprez plenerowych organizowanych w każdą niedzielę i święto od maja do końca września. Imprezy popularyzują życie codzienne, i obrzędowość świąteczną wsi mazowieckiej z początku XX w., tradycyjne zajęcia wiejskie; strój ludowy; ludowe rzemiosło i rękodzieło Zasięg imprezy: ogólnopolski Uczestnicy – ok. 15000 osób	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Program imprez na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprez na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprez na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza) zgodnie z harmonogramem</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja plasz reklamowych na ekranach diodowych (Sierpc – Płock)</li> <li>• Emisja plasz reklamowej w Telewizji Kablowej Sierpc</li> <li>• Druk reklamowy – folder „Kalendarz imprez”- rozdawany gościom odwiedzającym skansen oraz w ramach targów turystycznych i innych imprez branżowych</li> </ul>	Popularyzowanie życia codziennego i obrzędowości dorocznej wsi mazowieckiej początku XX w. poprzez wystawy prezentowane we wnętrzach izb chłopskich, strój ludowy oraz pokazy zajęć codziennych, rzemiosła i rękodzieła; rozwijanie kreatywności wśród najmłodszych odbiorców kultury poprzez aktywne uczestnictwo w pokazach; zaangażowanie nieprofesjonalnych twórców ludowych tworzących w środowisku lokalnym do prezentacji swoich umiejętności i prac	8 maja – 25 września 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	32 000 zł
-------	----------------------------------	--	--	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. Organizacja imprez obejmuje: wykonanie wystawy „Rok polski w tradycyjnych zajęciach codziennych” w 10 chatupach chłopskich z przełomu XIX i XX w.; przygotowanie prezentacji pokazów rzemiosła i rękodzieła ludowego w zagrodach prowadzonych przez twórców nieprofesjonalnych (kowlarstwa, plecionkarstwa, szewstwa, papieroplastyki, haftu, rzeźby), przygotowanie prezentacji pokazów wybranych wiejskich zajęć codziennych z użyciem autentycznych sprzętów lub ich kopii (tkactwa, prania bielizny, przędzenia wełny na kołowrotku, ubijania masła w kirzance), promocja imprez.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20d	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Gotowanie na polanie” Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w pierwszą niedzielę maja. Popularyzuje kuchnię regionalną oraz folklor regionu Mazowsza (strój, muzyka, taniec, obrzędy). Zasięg imprezy: ogólnopolski Uczestnicy – ok. 3000 osób	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Bannery reklamowe rozwieszane na terenie Sierpca</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plasz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją poszczególnych atrakcji – rozdawana w kasach Muzeum</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Popularyzowanie tradycji kulinarnych Mazowsza w samym regionie, jak i wśród mieszkańców innych regionów Polski, udokumentowanie występowania, popularności i sposobów przyrządzania tradycyjnych potraw mazowieckich, zaangażowanie lokalnych kół gospodyń wiejskich oraz producentów żywności do promowania kuchni regionalnej i produktów lokalnych (m.in.: pieczywo, miody, warzywa, owoce, itp.)	1 maja 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	12 000 zł
-------	-----------------------------------	--	--	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. Zlokalizowana jest na polanie i ma charakter biesiady. Głównym punktem imprezy będzie konkurs kulinarny „Najsmaczniejsza potrawa mazowiecka”, w którym swoje wyroby zaprezentują koła gospodyń wiejskich a także producenci produktów tradycyjnych i regionalnych. Przeprowadzona zostanie degustacja potrawy mazowieckiej przyrządzonej w kuchni polowej wśród uczestników imprezy. W 10 zagrodach chłopskich reprezentujących wyposażenie z początku XX w. twórcy nieprofesjonalni zaprezentują swoje umiejętności w pokazach rzemiosła i rękodzieła ludowego: kowalstwa, tkactwa, plecionkarstwa, haftu, papieroplastyki, rzeźby. Zaplanowano także pokazy wiejskich zajęć codziennych (m.in.: wirowanie śmietany za pomocą centrifygi, ubijanie masła) oraz koncert zespołu ludowego prezentującego folklor regionu Mazowsza.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20e	Muzem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Noc muzeów” Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w trzeci weekend maja. Zasięg imprezy: regionalny Uczestnicy – ok. 2000 osób	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Udostępnienie i prezentacja ekspozycji skansenowskiej osobom pragnącym zwiedzić Muzeum w scenerii wieczornej i nocnej.	14/15 maja 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64 Ratusz, pl. Kard. Wyszyńskiego o 1	8 000 zł
-------	----------------------------------	---	--	--	---	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Noc Muzeów jest elementem akcji międzynarodowej – Europejskiej Nocy Muzeów. Celem akcji jest ukazanie muzeów jako instytucji przyjaznych i atrakcyjnych dla zwiedzających. Impreza skierowana do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. W ramach imprezy udostępniona zostanie część ekspozycji skansenowskiej w scenerii nocnej a także ekspozycje stałe. Obiekty będą otwarte a o każdym opowie pełniący rolę gospodarza opiekun. Na terenie ekspozycji zaplanowano inscenizację teatralną a w amfiteatrze koncert kapeli folk. W ramach akcji do zwiedzania udostępniona zostanie także wystawa czasowa w ratuszu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20f	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	<p>„Dzień Dziecka w skansenie”                  Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w pierwszą niedzielę czerwca.                  Poprzez zabawę przybliża podstawowe formy aktywności dziecka wiejskiego na początku XX w. – zabawę, naukę i pracę.                  Zasięg imprezy: regionalny                  Uczestnicy – ok. 3000 osób</p>	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Bannery reklamowe rozwieszane na terenie Sierpca</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją poszczególnych atrakcji – rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Relacja na żywo na antenie RDC – wywiady z twórcami, organizatorami i uczestnikami imprezy</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	<p>Poprzez zabawę przybliżenie wiedzy na temat życia codziennego dziecka wiejskiego z początku XX w., zaprezentowanie Muzeum jako miejsca rodzinnego wypoczynku</p>	<p>5 czerwca 2011 r.                  Skansen, ul. Narutowicza 64</p>	<p>15 000 zł</p>
-------	-----------------------------------	--	---	---	---	------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza ma charakter rodzinnego pikniku. W ramach imprezy prowadzone będą pokazy i zabawy dla dzieci wzbogacone replikami tradycyjnych wiejskich zabawek (pokazy papieroplastyki, garncarstwa, lepienia gliny, malowania na drewnie). W zaaranżowanej izbie szkolnej obywać się będą lekcje kaligrafii a w stodole w ramach wystawy „Od ziarenka do chleba” poprzez samodzielną pracę dzieci poznają poszczególne etapy obróbki ziarna. Na polanie zaplanowano konkursy i zabawy z nagrodami, widowisko teatralne w plenerze a także kiermasz dziecięcy. Na stoiskach prowadzona będzie sprzedaż drewnianych zabawek, słodczy, obwarzanków itp.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20g	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	<p>„Miodobranie w skansenie” Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w pierwszą niedzielę lipca. Nawiązuje do tradycji lipcowego podbierania miodu w pasiekach oraz upowszechnia lecznicze właściwości miodu. Zasięg imprezy: ogólnopolski Uczestnicy – ok. 3000 osób</p>	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Bannery reklamowe rozwieszane na terenie Sierpca</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją poszczególnych pokazów – rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Relacja na żywo na antenie RDC – wywiady z twórcami, pszczelarzami uczestnikami imprezy</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Upowszechnianie wiedzy na temat ekspozycji muzealnej poprzez zaprezentowanie pokazów pszczelarstwa w muzealnych pasiekach, popularyzowanie zdrowotnych właściwości miodu – jednego z najstarszych produktów leczniczych, ożywienie ekspozycji muzealnej	3 lipca 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	12 000 zł
-------	-----------------------------------	--	---	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. Na terenie ekspozycji, w dwóch pasiekach prowadzone będą pokazy prac pszczelarza: okurzanie ula celem wypędzenia pszczoł, podbieranie miodu z ula, odklepanie wosku z ramek i wirowanie miodu, zakładanie węzy w ramkach. Przy tej okazji zwiedzający będą mieli możliwość spróbowania świeżego miodu prosto z plastrów. Na polanie zaplanowano kiermasz wyrobów pszczelich, gdzie zwiedzający będą mogli zaopatrzyć się w artykuły pszczele: od pyłku, poprzez wyroby z wosku aż po różne gatunki miodu. Imprezę uświetni widowisko obrzędowe związane z miodobranie w wykonaniu zespołu folklorystycznego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**



Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20h	Muzem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Żniwa w skansenie” Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w pierwszą niedzielę sierpnia. Prezentuje prace związane z przetwarzaniem zbóż na produkty niezbędne w gospodarce chłopskiej. Zasięg imprezy: ogólnopolski Uczestnicy – ok. 3000 osób	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Bannery reklamowe rozwieszane na terenie Sierpca</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją pokazów, koncertów – rozdawana w kasach Muzeum</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Przybliżenie dawnych prac związanych ze zbiorem zbóż, prezentacja sprzętów , urządzeń i narzędzi umożliwiających przetwarzanie zbóż na produkty niezbędne w gospodarce chłopskiej, ożywienie ekspozycji muzealnej	7 sierpnia 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	15 000 zł
-------	----------------------------------	--	--	---	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. Miejscem prezentacji pokazów będzie ekspozycja muzealna: zagrody chłopskie a także pola przylegające do zagród. Na polach zaprezentowane zostaną pokazy: koszenia kosą i kosiarka konną, wiązania snopów i ustawiania styg. Planuje się uruchomienie młocarni napędzanej silnikiem spalinowym oraz kieratu. W stodołach zwiedzający obejrzą: młócenie zboża cepami, oczyszczanie ziarna przy pomocy wialni, cięcie słomy na sieczkę, wyrób kaszy, mielenie ziarna na mąkę za pomocą żaren. Pokazy prowadzone będą z udziałem zwiedzających. Imprezie towarzyszyć będzie wystawa „Maszyny i narzędzia rolnicze na Mazowszu w XIX i XX w.”. Na polanie zaplanowano kiermasz chleba i pieczywa obrzędowego. Na scenie zaprezentują się zespoły folklorystyczne prezentujące widowiska o tematyce żniwnej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20i	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Wykopki w skansenie” Impreza plenerowa jednodniowa, organizowana cyklicznie (co roku) w pierwszą niedzielę września. Przybliża jesienne prace polowe i gospodarskie Uczestnicy – ok. 2000 osób Zasięg – ogólnopolski	<p>Przed imprezą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca</li> <li>• Szczegółowy program imprezy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź imprezy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Bannery reklamowe rozwieszane na terenie Sierpca</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego prezentowanego w budynkach kas przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plasz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folder - składanka zawierająca program imprezy z lokalizacją pokazów, koncertów – rozdawana w kasach Muzeum</li> <li>• Relacja na żywo na antenie RDC – wywiady z twórcami, osobami prowadzącymi pokazy, uczestnikami imprezy</li> </ul> <p>Po zakończeniu imprezy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Upowszechnianie wiedzy na temat wiejskich zajęć codziennych mazowieckiej wsi z początku XX w. poprzez zaprezentowanie pokazów prac polowych i gospodarskich a także wykorzystanie autentycznych maszyn i narzędzi rolniczych; ożywienie ekspozycji muzealnej	4 września 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	12 000 zł
-------	-----------------------------------	---	---	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do mieszkańców całego kraju odwiedzających skansen w ramach wyjazdów weekendowych i wypoczynkowych. Organizacja imprezy obejmuje przygotowanie pokazów prac jesiennych i gospodarskich z użyciem autentycznych sprzętów, maszyn i narzędzi. Wszystkie pokazy zaprezentowane zostaną w obrębie ekspozycji muzealnej: w chałupach chłopskich, budynkach gospodarczych i na polach. Na polach odbywać się będzie kopanie ziemniaków przy pomocy motyk i kopaczki konnej, sortowanie ziemniaków. W wybranych zagrodach wiejskich zwiedzający zobaczą proces gręplowania owczej wełny za pomocą gręplarni mechanicznej przedzenie wełny na kołowrotku, kręcenie powrozów; międlenie i rafowanie lnu. W jednej z chałup staną się uczestnikami kiszenia kapusty w drewnianej beczce. W ramach imprezy przeprowadzona zostanie Wiejska Loteria Fantowa z nagrodami w postaci ziemiopłodów pochodzących z upraw własnych Muzeum. W ognisku pieczone będą ziemniaki. Imprezę wzbogaci koncert regionalnego zespołu ludowego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20j	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Kultura Meksyku” Wystawa czasowa prezentowana w salach wystawienniczych ratusza. Prezentuje strój, tkaninę, przedmioty codziennego użytku oraz przedmioty kultury mieszkańców Meksyku Uczestnicy – ok. 500 osób Zasięg – lokalny	<p>Przed wystawą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenie personalizowane skierowane do 200 osób</li> <li>• Tablica informacyjna umieszczona na fasadzie budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca, w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Emisja plasz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie wystawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablica informacyjna umieszczona na fasadzie budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Informacja o wystawie wysłana pocztą elektroniczną do szkół powiatu sierpeckiego i płockiego</li> </ul>	Przybliżenie kultury i folkloru innych narodów, ukazanie ich bogatej tradycji, podkreślanie odrębności kulturowej w kontekście powszechnej globalizacji	14 stycznia – 26 kwietnia 2011r. Ratusz, pl. Kard. Wyszyńskiego 1	4 000 zł
-------	-----------------------------------	--	---	---	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa zorganizowana we współpracy z Ambasadą Meksyku. W ramach przygotowania wystawy zaplanowano wykonanie aranżacji wystawy, organizację zajęć edukacyjnych dla dzieci i młodzieży szkolnej, promocje wystawy (reklama, organizacja wernisażu). Wystawa ma zachęcić lokalną społeczność do poznawania kultury innych narodów, dlatego w ramach wystawy odbywać się będą prezentacje multimedialne przybliżające kulturę, najciekawsze regiony, historię i zwyczaje Meksyku. Dla szkół zaplanowano przeprowadzenie zajęć edukacyjnych (lepienie figurek obrzędowych) prowadzonych przez pracowników Sekcji Kulturalnej Ambasady Meksyku.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20k	Muzzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„ Lalki polskie – lalki świata”, Wystawa czasowa prezentowana w salach wystawienniczych ratusza, prezentująca kolekcję lalek w polskich strojach regionalnych a także kolekcję lalek w strojach regionalnych innych krajów. Uczestnicy – ok. 500 osób Zasięg – lokalny	<p>Przed wystawą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenie personalizowane skierowane do 200 osób</li> <li>• Tablica informacyjna umieszczona na fasadzie budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca, w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>W trakcie wystawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablica informacyjna umieszczona na fasadzie budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Informacja o wystawie wysłana pocztą elektroniczną do szkół powiatu sierpeckiego i płockiego</li> </ul>	Ukazanie bogactwa folkloru Polski i innych krajów w formie prezentacji zabawek, popularyzacja dorobku rękodzieła ludowego	9 maja – 15 sierpnia 2011 r.  Ratusz, pl. Kard. Wyszyńskiego 1	5 000 zł
-------	------------------------------------	---	--	---	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa zorganizowana we współpracy z Fundacją Cepelia skierowana głównie do dzieci i młodzieży szkolnej. Wystawa ma w jak najbardziej przystępny sposób przybliżyć młodej widowni bogactwo i piękno polskiego folkloru na tle dorobku kulturowego innych narodów. Lalki są wykonane z wielką precyzją z naturalnych materiałów, w ręcznie haftowanych ubraniach, towarzyszą im również różne akcesoria. Są to pojedyncze figurki, w parach, czy w grupach, przedstawiających scenki rodzajowe związane z obyczajowością i obrzędowością różnych narodów świata (orszaki weselne, zabawa w karczmie, darcie pierza, itp.). W ramach przygotowania wystawy zaplanowano wykonanie aranżacji i promocję wystawy (reklama, organizacja wernisażu).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.201	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„40 lat Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu” Wystawa czasowa prezentowana w salach wystawienniczych ratusza. Prezentuje najważniejsze dokonania i najciekawsze wydarzenia z życia Muzeum w ciągu 40 lat jego funkcjonowania. Uczestnicy – ok. 500 osób Zasięg – lokalny	<p>Przed wystawą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenie personalizowane skierowane do 200 osób</li> <li>• Tablica informacyjna umieszczona na fasadzie budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca, w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> <li>• Folder reklamowy – rozdawany osobom zwiedzającym wystawę.</li> </ul> <p>W trakcie wystawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablica informacyjna umieszczona na fasadzie budynku ratusza</li> <li>• Plakaty informacyjne umieszczane w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Informacja o wystawie wysłana pocztą elektroniczną do szkół powiatu sierpeckiego i płockiego</li> <li>• Folder reklamowy – rozdawany osobom zwiedzającym wystawę</li> </ul>	Prezentacja dokonań Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu na przestrzeni 40 lat istnienia placówki, przybliżenie działalności wystawienniczej i edukacyjnej Muzeum	2 września 2011 r. – 15 stycznia 2012 r.  Ratusz, pl. Kard. Wyszyńskiego 1	6 000 zł
-------	-----------------------------------	--	---	--	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wystawa będzie prezentować etapy rozwoju Muzeum, od momentu utworzenia placówki do dnia dzisiejszego. Na wystawie zaprezentowane zostaną najważniejsze dokonania oraz najciekawsze wydarzenia z życia Muzeum w ciągu 40 lat jego funkcjonowania. Przygotowanie wystawy obejmie: zebranie informacji, materiałów i eksponatów związanych z działalnością Muzeum, wykonanie tablic informacyjnych i fotogramów, konwersję filmów archiwalnych, wykonanie aranżacji i promocję wystawy. Wystawie towarzyszyć będzie publikacja „Kalendarium MWM”

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20f	Muzem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Wielkanoc na Mazowszu” Wystawa czasowa prezentowana w 10 zagrodach chłopskich reprezentujących budownictwo ludowe z II połowy XIX w. oraz pierwszego ćwierćwiecza XX w Uczestnicy – ok. 15000osób Zasięg – regionalny (Mazowsze Płockie)	<p>Przed wystawą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób</li> <li>• Opis wystawy na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Zapowiedzi radiowe na antenie Radia dla Ciebie (zasięg – region Mazowsza)</li> <li>• Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice)</li> <li>• Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc</li> </ul> <p>Po zakończeniu wystawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja w 2 tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Propagowanie wiedzy na temat zwyczajów i obrzędów ludowych związanych z tradycją obchodzenia Wielkiej Nocy na Mazowszu w XIX i XX w. .	17 kwietnia 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	8 000 zł
-------	----------------------------------	--	---	--	--	----------

#### OPIS DZIAŁANIA

W poszczególnych izbach chłopskich zaaranżowane zostaną ekspozycje ilustrujące zwyczaje i obrzędy związane ze świętowaniem Wielkiej Nocy. Ekspozycje będą prezentować okres od Niedzieli Palmowej do Poniedziałku Wielkanocnego (m.in. przygotowanie palm wielkanocnych charakterystycznych dla regionu Mazowsza Płockiego, malowanie pisanek jaj, święcone chłopskie i bogaty dworski stół, śniadanie rezurekcyjne biednego i bogatego chłopa, straże grobowe, itp.). Zagadnienia przedstawione na wystawie przybliży prezentacja multimedialna „Zwyczaje i obrzędy wielkanocne na Mazowszu”. Projekcje prezentacji odbywać się będą w salach audiowizualnych Muzeum. Organizacja wystawy obejmie: wykonanie aranżacji świątecznej we wnętrzach izb chłopskich, przygotowanie zajęć edukacyjnych dla dzieci i młodzieży szkolnej (pokazy wykonywania palm i pisanek, warsztaty zdobienia kart świątecznych), promocję wystawy

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20m	Muzem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Rok polski w tradycyjnych zajęciach codziennych” Wystawa czasowa prezentowana w 10 zagrodach chłopskich reprezentujących budownictwo ludowe z II połowy XIX w. oraz pierwszego ćwierćwiecza XX w Uczestnicy – ok. 37000 osób Zasięg – ogólnopolski	Przed wystawą: • Opis wystawy na stronie www.mwmskansen.pl • Zapowiedź wystawy na stronie www.mazovia.pl i w „Kronice mazowieckiej” • Zapowiedź wystawy na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc) • Zapowiedzi na antenie Katolickiego Radia Płock (zasięg - Płock i okolice) • Emisja spotu reklamowego na ekranach diodowych na terenie Płocka i Sierpca • Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc	Propagowanie wiedzy na temat wiejskich zajęć domowych i gospodarskich na Mazowszu na początku XX w.	1 czerwca – 30 listopada 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	6 000 zł
-------	----------------------------------	--	---	---	---	----------

#### OPIS DZIAŁANIA

W poszczególnych miesiącach we wnętrzach izb chłopskich i budynkach gospodarczych aranżowane są ekspozycje prezentujące codzienne zajęcia wiejskie związane z domem i gospodarstwem, m.in. wianki na oktawę Bożego Ciała, Zielone Świątki, suszenie ziół, wypiek chleba, wyrób twarogu, kiszenie ogórków i kapusty, pranie i maglowanie bielizny. Elementy ekspozycji ulegają zmianom zgodnie z kalendarzem dorocznym i wiejskim cyklem rolniczym.

#### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20n	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	„Ogólnopolska Konferencja Skansenowska z okazji 40-lecia istnienia Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu” Uczestnicy: 100 osób z terenu całej Polski. Zasięg: ogólnopolski	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób</li> <li>• Program konferencji na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź konferencji na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Artykuł w prasie branżowej (muzealniczej)</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wystawa fotografii obrazujących historię i działalność Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu</li> </ul> <p>Po zakończeniu konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> <li>• Publikacja referatów w prasie branżowej (muzealniczej)</li> </ul>	Konferencja ma na celu spotkanie i integrację środowiska skansenowskiego. Podczas konferencji poruszona zostanie problematyka dotycząca działalności muzeów na wolnym powietrzu.	wrzesień 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	70 000 zł
-------	-----------------------------------	--	---	--	---	-----------

#### OPIS DZIAŁANIA

Konferencja będzie miała formę spotkania przedstawicieli środowiska skansenowskiego. Podczas niej wygłoszone zostaną referaty dotyczące określonej problematyki związanej z działalnością muzeów na wolnym powietrzu. Dzięki tej konferencji zostanie pogłębiona wiedza dotycząca spraw nurtujących muzealników skansenowskich w ich codziennej pracy. Celem tego spotkania będzie również integracja środowiska muzealniczego w Polsce. W spotkaniu wezmą udział dyrektorzy i pracownicy placówek muzealnych z całej Polski, jak również przedstawiciele władz samorządowych.

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.20o	Muzem Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	<p>Organizacja cyklu spotkań z przedstawicielami nauk humanistycznych (Etnologami, archeologami, historykami) pod tytułem „Daleko, blisko, tuż za miedzą...”.</p> <p>Zasięg: regionalny</p> <p>Uczestnicy: 200 osób z rejonu Mazowsza Płockiego.</p>	<p>Przed każdym spotkaniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone na słupach ogłoszeniowych na terenie miasta Sierpca, w witrynach zewnętrznych ratusza oraz w witrynach przed wejściem na teren skansenu</li> <li>• Program spotkania na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Zapowiedź spotkania na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> i w „Kronice mazowieckiej”</li> <li>• Zapowiedź każdego spotkania na stronach portali turystycznych i branżowych o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym (Płock, Sierpc)</li> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Emisja plansz reklamowych w Telewizji Kablowej Sierpc (oddzielna na każde spotkanie)</li> <li>• Informacja o spotkaniu wysłana pocztą elektroniczną do szkół powiatu sierpeckiego i płockiego</li> </ul> <p>Po zakończeniu spotkania</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły prasowe min. w dwóch tygodnikach lokalnych (Sierpc, Płock)</li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mwmskansen.pl">www.mwmskansen.pl</a></li> <li>• Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Rozpowszechnianie wiedzy na temat kultury i dziedzictwa kulturowego Mazowsza i innych regionów Polski, jak również przybliżenie problematyki narodowej, społecznej i kulturowej współczesnego świata.	marzec 2011 r. kwiecień 2011 r. maj 2011 r. czerwiec 2011 r. Skansen, ul. Narutowicza 64	5 000 zł
-------	----------------------------------	--	---	---	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Cykl spotkań w formie wykładów skierowany jest do szerokiego kręgu odbiorców z rejonu Sierpca i Płocka. Prelekcje będą prowadzone przez wykładowców ośrodków akademickich, między innymi Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Tego typu spotkania mają zachęcić słuchaczy do poznawania dziejów kultury i historii zarówno Mazowsza, jak również innych regionów Polski i Europy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20p	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	Druk publikacji „Kalendarium MWM w Sierpcu” Nakład : 1000 szt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przekazanie publikacji do muzeów i bibliotek regionu Mazowsza Płockiego</li> <li>• Prowadzenie sprzedaży publikacji w kasach Muzeum</li> <li>• Rozdawanie publikacji w ramach reklamy Muzeum na targach, imprezach branżowych oraz gościom odwiedzającym skansen</li> </ul>	Przedstawienie historii MWM w Sierpcu, poszczególnych dokonań, inwestycji zrealizowanych na przestrzeni 40 lat.	lipiec 2011 r.	30 000 zł
-------	-----------------------------------	---	--	---	----------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Publikacja będzie zawierać najistotniejsze fakty dotyczące powstania i funkcjonowania MWM w Sierpcu. Skierowana zostanie do szerokiego grona odbiorców: historyków, etnologów, nauczycieli a także osób zainteresowanych działalnością Muzeum . Kalendarium umożliwi dotarcie do faktów, mających znaczący wpływ na dalsze funkcjonowanie placówki. Publikacja zostanie wzbogacona fotografiami i rycinami.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w publikacjach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20r	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	Druk publikacji „Kalendarz 2012r. ” Nakład: 500 szt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prowadzenie sprzedaży publikacji w kasach Muzeum</li> <li>• Rozdawanie kalendarza w formie nagród dla laureatów konkursów organizowanych przez MWM w Sierpcu</li> <li>• Przekazanie kalendarza do muzeów oraz instytucji regionu Mazowsza w ramach reklamy placówki</li> <li>• Rozdawanie publikacji w ramach reklamy Muzeum na targach, imprezach branżowych oraz gościom odwiedzającym skansen</li> </ul>	Zaprezentowanie skansenu jako miejsca pełnego uroku, przyjaznego i atrakcyjnego dla zwiedzających.	kwiecień 2011 r.	20 000 zł
-------	-----------------------------------	---	--	--	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Kalendarz 2012 jest kontynuacją kalendarzy publikowanych w latach 2008 – 2010. Stanowi jedną z atrakcyjniejszych form reklamy placówki. Publikacja będzie zawierać zdjęcia ilustrujące obiekty muzealne w scenerii poszczególnych pór roku a także ofertę edukacyjną i wystawienniczą Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu. Przygotowanie kalendarza obejmuje: wykonanie i wybór zdjęć w poszczególnych porach roku, opracowanie projektu graficznego, działania promocyjne.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w kalendarzu, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.20s	Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu	Promocja działalności MWM w Sierpcu	<ul style="list-style-type: none"><li>• Druk materiałów reklamowych zawierających ofertę MWM rozdawanych nieodpłatnie na targach, imprezach branżowych oraz gościom odwiedzającym skansen</li><li>• Ogłoszenia prasowe zamieszczane w prasie lokalnej i ogólnopolskiej</li><li>• Reklama w pismach branżowych o tematyce turystycznej i muzealnej</li><li>• Publikacja artykułów sponsorowanych w prasie branżowej</li><li>• Udział w targach, konferencjach i imprezach branżowych</li></ul>	Upowszechnianie informacji na temat działalności MWM w Sierpcu wśród potencjalnych klientów zaprezentowanie skansenu jako miejsca pełnego uroku i interesującego z punktu widzenia turysty	kwiecień - grudzień 2011 r.	50 000 zł
-------	-----------------------------------	-------------------------------------	---	--	-----------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Promocja jest jednym z najistotniejszych działań skierowanych do potencjalnych odbiorców oferty MWM. Celem zadań promocyjnych jest dotarcie do jak największego grona osób i przedstawienie oferty w możliwie najbardziej czytelny i atrakcyjny sposób.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.21) Muzeum Wsi Radomskiej**

6.21a	Muzeum Wsi Radomskiej	Budowanie marki wizualnej Muzeum Wsi Radomskiej	Reklama medialna, akcja mailingowa, działania PR	Stworzenie SIW marki Muzeum Wsi Radomskiej w celu poprawienia identyfikacji zewnętrznej (zwiększenie „widzialności” muzeum u docelowych grup odbiorców) i identyfikacji wewnętrznej	lata 2011-2012 Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu	Całkowity: 1 260 000,00 netto Rok 2011: 400 000,00
-------	-----------------------	---	--	---	--	---

### OPIS DZIAŁANIA

Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej planowane jest w ramach projektu „Zdarzyło się kiedyś nad wodą... – trasa turystyczna w radomskim skansenie” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013; Priorytet/działanie: Priorytet VI. Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji. Działanie 6.2 Turystyka Budowa marki obejmuje w latach 2011-2013 następujące działania:

Rok 2011

- kompleksowe stworzenie identyfikacji wizualnej Muzeum (Brand Identity), systemu oznaczeń informacyjnych wewnętrznych/zewnętrznych (Corporate Identity), przekazanie praw itp.;
- stworzenie strategii promocji Muzeum, kreacja, przygotowanie projektów layoutów i materiałów drukowanych, sesji zdjęciowych, gadżety (symbolizujące Muzeum), przekazanie praw;

Rok 2012

- przygotowanie nieodpłatnych materiałów i publikacji służących informacji turystycznej jako element projektu;
  - Druki, foldery, informatory, wizytówki, koperty, papiery firmowe;
- Media – zakup ogłoszeń (billboardy, prasa) oraz finansowanie innych, niestandardowych działań egzekucyjnych.

### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Sugeruje się włączenie do prac związanych z opracowywaniem systemu identyfikacji wizualnej Muzeum, pracownika Biura Marki i Wizerunku w celu zapewnienia spójności z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

<b>6.21b</b>	Muzeum Wsi Radomskiej	Portal Muzeum Wsi Radomskiej	Promocja projektu będzie się odbywać w oparciu o porozumienia z mediami lokalnymi i ogólnopolskimi.	Portal ma wykorzystując misję Muzeum prowadzić do rozwoju turystycznego regionu. Ponadregionalność informatora, jakim będzie portal będzie użyteczna dla turystów z innych części Polski i Unii Europejskiej; będzie to sprzyjało zwiększeniu zainteresowania regionem. Portal powinien docelowo stać się ważnym ogniwem w łańcuchu mazowieckich i narodowych produktów turystycznych.	lata 2011-2012 Muzeum Wsi Radomskiej w Radomiu	Całkowity: 535 000,00 netto Rok 2011: 389 000,00 netto
--------------	-----------------------	------------------------------	---	--	---	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Portal internetowy planowany w ramach projektu „Zdarzyło się kiedyś nad wodą... – trasa turystyczna w radomskim skansenie” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013; Priorytet/działanie: Priorytet VI. Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji. Działanie 6.2 Turystyka  
W ramach budowy portalu przewidziano następujące działania:

Rok 2011:

- zaprojektowanie architektury i funkcjonalności portalu;
  - zakup systemu archiwizacyjnego;
  - zakup sprzętu i infrastruktury;
  - wprowadzenie treści na serwer;

Rok 2012:

- wprowadzenie treści na serwer;
- digitalizacja i udostępnienie części zbiorów Muzeum

Portal powinien składać się z:

- części ściśle informacyjnej zawierającej:

pełną i aktualizowaną na bieżąco bazę danych dotyczących wydarzeń kulturalnych Ziemi Radomskiej oraz informacje na temat najciekawszych wydarzeń ogólnopolskich (przy współpracy z radomską prasą lokalną);

- części społecznościowej zawierającej:

moderowane forum miłośników regionu oraz Forum Inicjatyw Regionalnych pozwalające na organizowanie ludzi wokół zaproponowanych inicjatyw jak również wnioskowanie w ich sprawach do władz lokalnych;

Plany rozwoju portalu obejmuje projekt stworzenia systemu digitalizacji zbiorów Muzeum oraz udostępniania katalogu w trybie offline.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na portalu, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.21c	Muzeum Wsi Radomskiej	Promowanie bieżących wydarzeń muzealnych	Spoty reklamowe, informacje prasowe, radiowe i telewizyjne w mediach lokalnych i regionalnych.	Informacja i reklama akcji podejmowanych przez muzeum	2011 r.	41 000 zł netto reklama w mediach
-------	-----------------------	--	--	---	---------	-----------------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Informowanie i promowanie bieżących wydarzeń muzealnych w mediach obejmuje spoty reklamowe, informacje prasowe, radiowe i telewizyjne w mediach lokalnych i regionalnych: Radio Rekord, Radio Plus, Radio dla Ciebie, Telewizja lokalna- Grupa Medialna TV Dami; Tygodnik Bezpłatnych Ogłoszeń – Anonse, Echo Dnia, Gazeta Wyborcza, tygodnik 7 Dni, Tygodnik Radomski, Panorama Radomska, Radio Plus, Radio Rekord, Radio dla Ciebie, TVP 3 Warszawa, : reklamy w wydawnictwach branży turystycznej. Współpraca z mediami obejmuje reklamę płatną (częściowo w ramach rocznych umów barterowych) oraz patronatów medialnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.21d</b>	Muzeum Wsi Radomskiej	Promowanie bieżących wydarzeń muzealnych: wystawy, festyny	Produkcja i rozpowszechnienie: plakatów, afiszy, ulotek; folderów i katalogów, akcja mailingowa	Informacja i reklama akcji podejmowanych przez muzeum	2011 r.	25 000 zł
--------------	-----------------------	--	---	---	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA****X****OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.22) Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie**

<b>6.22a</b>	Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie	X Turniej Rycerski „Opierścien księżnej Anny” na Zamku w Liwie	Plakaty informacyjne umieszczone na terenie potencjalnych odbiorców (Urle-Łochów - Mińsk Maz. Siedlce, Sokołów Podl. Węgrów) - w jednostkach samorządu terytorialnego - na stronie internetowej muzeum w Liwie <a href="http://www.liw-zamek.pl">www.liw-zamek.pl</a> - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób. - informacja <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>  Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upie. Sprawozdanie w prasie lokalnej, Kronice Mazowieckiej i na stronach internetowych.	Propagowanie historii i kultury średniowiecza w oparciu o historię Księstwa Mazowieckiego i dawnej, pogranicznej warowni w Liwie	13-14 sierpnia 2011 r.	45 000 zł
--------------	------------------------------------	--	--	--	------------------------	-----------

### OPIS DZIAŁANIA

Turniej Rycerski na Zamku w Liwie jest imprezą cykliczną, organizowaną przez Muzeum w Liwie i Bractwo Rycerskie Ziemi Mazowieckiej i Podlaskiej od 2001 r. Tradycją każdego bractwa rycerskiego jest zorganizowanie turnieju na własnym terenie, na który zapraszane są inne bractwa zarówno z Polski jak i zagranicą. Bierze w nim udział średnio 250-300 rycerzy i dam. Turniej rycerski nie ogranicza się do rywalizacji w walce. Posiada także ciekawą i barwną oprawę artystyczną. Jest dzięki temu przyciągającym tłumy widzów (średnio 8000 – 10000 z ). Poza rywalizacją turniejową w pięciu konkurencjach (walki indywidualne, walki zbiorowe/bohurt/, turniej łuczniczy i kusznicy, wielobój rycerski) przewidujemy wiele innych atrakcji, takich jak: nocne widowisko z efektami świetlnymi, gry i zabawy plebejskie dla publiczności, występy artystyczne, scenki ze średniowiecza, wystawę na wieży. Największą atrakcją jest zawsze rekonstrukcja bitwy średniowiecznej, według scenariusza nawiązującego do dziejów zamku w Liwie, w której biorą udział wszyscy rycerze. Jest ona niesłychanie widowiskowa, wzbudza wiele emocji i pozwala obserwatorom przenieść się w inną epokę.

Podczas turnieju planujemy także zorganizowanie jarmarku średniowiecznego z replikami zabytków średniowiecznych (broń, odzież, zabawki dla dzieci).

- cel - propagowanie szlacheckich idei rycerskich, pozytywnych wartości i tradycji patriotycznych, pożytecznego sposobu spędzania wolnego czasu oraz promocja walorów kulturowych i przyrodniczych Mazowsza;

- sposób realizacji – siłami pracowników Muzeum Zbrojowni na zamku w Liwie, członków Bractwa Rycerskiego, członków zaproszonych bractw i wolontariuszy ze szkół średnich w Węgrowie.

### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.22b</b>	Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie	IX Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie	Reklama pocztowa – foldery wysyłane z informacjami do szkół w województwie mazowieckim i ościennych (1000 szt.) - na stronie internetowej muzeum w Liwie <a href="http://www.liw-zamek.pl">www.liw-zamek.pl</a> - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób.  - informacja <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>  Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upie. Sprawozdanie w prasie lokalnej, Kronice Mazowieckiej i na stronach internetowych.	Edukacja kulturalna w formie interaktywnej	Liw 30 maja –2 czerwca 2011 r.	55 000 zł
--------------	------------------------------------	---	---	--	---	-----------

### OPIS DZIAŁANIA

Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie jest imprezą cykliczną, organizowaną od 2003 r. Bierze w nim udział średnio 1500-2000 uczestników dziennie. Uczestnikami są dzieci i młodzież szkolna ze szkół podstawowych i gimnazjów. Festyn łączy edukację z rozrywką. Pokażemy zwiedzającym życie ludzi dawnych epok: stroje i rzemiosło; co jedli, jak prowadzili wojny, czego się bali i jakie mieli rozrywki. W czasie trwania festynu odbywają się przedstawienia oraz pokazy uzbrojenia i walk. Miejscem odbywania się imprezy jest otwarty teren podzamcza Muzeum oraz komnaty wieży (wystawa okolicznościowa) i podziemia zamku. Warsztaty rzemieślnicze rozlokowane są na podzamczu. Impreza posiada oprawę muzyczną oraz prowadzącego. W trakcie jej trwania na głównym placu odbywają się przedstawienia, sceny rodzajowe oraz pokazy uzbrojenia i walk wojów. Przez cały czas rzemieślnicy będą przedstawiać swoje umiejętności, prowadzący imprezę będzie zapraszał do poszczególnych stanowisk na specjalne pokazy. Jak co roku odbędzie się szereg konkursów z nagrodami.

- cel –propozycja twórczego spędzania wolnego czasu (Dzień Dziecka) łącząca edukację z rozrywką oraz promocja walorów kulturowych i przyrodniczych Mazowsza;

- sposób realizacji – siłami pracowników Muzeum Zbrojowni na zamku w Liwie , wolontariuszy ze szkół średnich w Węgrowie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.23) Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie**

6.23a	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Promocja wydawnictw PMA i innych związanych z archeologią	Spotkania z autorami, recenzentami, multimedialne prezentacje publikacji	Promocja najnowszych opublikowanych osiągnięć wydawniczych dotyczących archeologii i nauk pokrewnych	ok. 5 spotkań w PMA – terminy uzależnione od dat wydania	2 000 zł dotacja podmiotowa
-------	---	---	--	--	--	-----------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w wydawnictwach i prezentacjach multimedialnych publikacji, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



6.23b	Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie	Promocja działalności muzeum	Udział w targach turystycznych, kiermaszach, imprezach promocyjnych Województwa Mazowieckiego, sejmikach turystycznych, giełdach, reklamy w Informatorach Edukacyjnych, wydawnictwach, prasie, na mieście(plakaty, nośniki elektroniczne, tramwaje) wydanie foldera o działalności muzeum i foldera o zajęciach muzealnych i lekcjach dla szkół, wystawki przy stanowiskach archeologicznych w terenie	Promocja osiągnięć naukowych PMA, wystaw stałych, czasowych, imprez, zajęć i lekcji muzealnych dla dzieci i młodzieży	od stycznia do końca grudnia 2011 r.	20 000 zł dotacja podmiotowa
-------	---	------------------------------	--	---	--------------------------------------	------------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.24) Teatr Polski w Warszawie**

<b>6.24a</b>	Teatr Polski w Warszawie	Kontakty z mediami	Stworzenie i rozbudowa bazy mediów i agencji fotograficznych; regularne informowanie mediów o bieżącej działalności Teatru drogą elektroniczną; tworzenie i dystrybucja materiałów dla mediów (w formie papierowej i elektronicznej); organizacja konferencji prasowych i prób dla mediów; pozyskiwanie patronatów i współpraca z patronami medialnymi Teatru; bieżący monitoring mediów z elektroniczną archiwizacją informacji;	Informowanie mediów o wszelkich formach działalności Teatru, stworzenie stałych kanałów komunikacji powodujących stałą obecność Teatru w środkach masowego przekazu	1 stycznia 2011 r. - 31 grudnia 2011 r.	52 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						

#### 1. BAZA MEDIÓW:

Teatr Polski w Warszawie nie posiadał bazy zawierającej kontakty do redakcji i dziennikarzy reprezentujących poszczególne tytuły prasowe, stacje telewizyjne i radiowe oraz portale internetowe i in. W wyniku podjętych działań stworzono bazę, zawierającą pełne dane kontaktowe tj. adresy redakcji, telefony, adresy email. Ponadto baza zawiera także kontakty do większości agencji fotograficznych.

Obecnie o wszelkich działaniach Teatr Polski informuje na bieżącą grupę kilkudziesięciu reprezentantów mediów, w tym dziennikarzy, wydawców i fotoreporterów z programów newsowych, kulturalnych i life stylowych, m.in. TVP 1, TVP2, TVP Info, TVP Warszawa, TVN, TVN CNBC, TVN 24, TVN Style, TVN Warszawa, Polsat, Polsat News, Polsat Cafe, Superstacja, Polskie Radio Program 1, 2, 3, 4, Radio ZET, RMF FM, TOK Fm, PIN, Chillii Zet, ESKA, Radio Dla Ciebie, Radio Wawa, Radio Kolor, VOX, PLANETA, AntyRadio, Roxy, Złote Przeboje, PLUS, Kampus, Gazeta Wyborcza, Dziennik Gazeta Prawna, Rzeczpospolita, Polska The Times, Metro, Echo Miasta, Polityka, Wprost, Newsweek, Przekrój, Pani, Zwierciadło, Elle, Twój Styl, Gala, Viva, KMag, Ekсклюsiv, Aktivist, GaGa, Cogito, gazeta.pl, e-teatr.pl, kulturalnawarszawa.pl, naszemiasto.pl, wp.pl, onet.pl, interia.pl, wiadomosci24.pl, gogaga.pl, miastodzieci.pl, edziecko.pl, qulturka.pl, plejada.pl, kulturaviva.pl, aktivist.pl

#### 2. MATERIAŁY I PRÓBY DLA MEDIÓW

W przypadku każdego z eksploatowanych spektakli stworzono materiały dla mediów rosyłane cyklicznie drogą elektroniczną. Zawierają one informacje na temat spektakli, obsady, pozostałych twórców, ceny oraz możliwości zakupu i rezerwacji biletów. Dostępne są one także z dobranym pakietem zdjęć na stronie internetowej w zakładce „dla prasy”.

Ponadto nową formą kontaktów są próby dla mediów (bądź możliwość wstępu na próby wewnętrzne), podczas których fotoreporterzy, stacje telewizyjne lub portale internetowe mają szansę uzyskania materiału w takim w zakresie, jaki jest im potrzeby, nagrania fragmentów spektakli, rozmów z twórcami.

#### 3. PATRONATY MEDIALNE

Niniejsza kwestia jest o tyle istotna, iż nie tylko gwarantuje zainteresowanie mediów patronackich, ale daje także prawo do egzekwowania treści redakcyjnych oraz wpływa korzystnie na wysokość opłat za reklamy. Obecna sytuacja Teatru, tj. znaczne wyeksploatowanie prezentowanych tytułów oraz niepewność co do kształtu przyszłego repertuaru powodują, iż rozmowy w zakresie patronatów można prowadzić jedynie w ograniczonym, wstępnym zakresie. Nie mniej jednak poczyniono takowe, tj. dokonano wyboru:

##### Jako patrona prasowego:

- w zakresie prasy codziennej – Gazeta Wyborcza; - w zakresie tygodników – Polityka lub Newsweek; - w zakresie prasy kobiecej – Pani lub Zwierciadło; - w zakresie prasy life stylowej – Ekсклюsiv lub KMag; - w zakresie prasy o celu informacji kulturalnej – Aktivist; - w zakresie prasy codziennej, bezpłatnej – Metro; - w zakresie prasy dla młodzieży studenckiej – Gazeta Studencka, - w zakresie prasy dla rodziców (próba dotarcia do odbiorcy indywidualnego spektakli dziecięcych Teatru) – magazyn GaGa

##### Jako patrona telewizyjnego:

Telewizja Publiczna (z ewentualnym wskazaniem na TVP Kultura i TVP Warszawa) lub TVN (z ewentualnym wskazaniem na TVN Warszawa i TVN Style)

##### Jak patrona radiowego:

Polskie Radio (z ewentualnym wskazaniem na Program 3) lub radio PIN lub Chillii Zet oraz TOK Fm (ze wskazaniem jako patrona na cykl debat Teatru Polskiego i Stowarzyszenia Otwarta Rzeczpospolita) a także Radio Kampus (patrona niezależnego od powyższych, a wskazanego z racji profilu, tj. ze względu na pozyskanie określonego kręgu odbiorców)

##### Jako patrona w sieci internetowej:

Wirtualna Polska (wp.pl), alternatywnie – gazeta.pl, onet.pl lub interia.pl oraz gogaga.pl (w zakresie promocji w Internecie spektakli dziecięcych Teatru), a także studencka.pl

##### Pozostali:

boxy z ulotkami (koperty) EMMA Pak lub POKAPOKA (w zakresie dystrybucji materiałów promocyjnych Teatru), sieć sklepów EMPIK, dystrybutor outdoor'u AMS, sieć kawiarni Cafe W Biegu lub Green Coffee,

#### 4. MONITORING MEDIÓW

W tym zakresie Teatr korzystał dotychczas z oferty firmy GLOB, która monitorowała dla niego jedynie tytuły prasowe, a wyszukane materiały przysyłała raz w miesiącu w postaci wycinków. Teatr zrezygnował ze współpracy z tym partnerem. Przeprowadzono rozmowy Instytutem Monitorowania Mediów, który przedstawił szczegółową ofertę. Od października br. dla Teatru dokonywany będzie monitoring prasy i Internetu, a od grudnia br. także radia i telewizji. Wszystkie informacje będą archiwizowane w postaci elektronicznej. Ponadto Teatr rozważa zakup profesjonalnej bazy dziennikarzy, którą oferuje IMM.

W tym miejscu należy nadmienić, iż w formie papierowej do Teatru trafiały jedynie trzy z czterech największych dzienników oraz nie prenumerowano tygodników. Od października br. Teatr rozszerzył prenumeratę dzienników o jeden tytuł oraz cztery tygodniki.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.24b</b>	Teatr Polski w Warszawie	Reklama	Wybór nowej identyfikacji graficznej, modyfikacja strony internetowej i zwiększenie obecności Teatru w sieci internetowej, zróżnicowane formy obecności reklamowej w przestrzeni publicznej (outdoor); reklamy w prasie, radiu, Internecie i sieciach telefonii komórkowej	Zwiększenie zainteresowania produkcjami Teatru wśród potencjalnych widzów	1 stycznia 2011 r. – 31 grudnia 2011 r.	500 000 zł
--------------	--------------------------	---------	--	---	---	------------

## OPIS DZIAŁANIA

### 1. REKLAMA

Tak jak już wspomniano wcześniej, działania w tym zakresie – bez odpowiedniej gwarancji finansowej mogą mieć w większości jedynie charakter planów.

#### a. Identyfikacja graficzna

Teatr Polski posługiwał się przestarzałą identyfikacją graficzną. Oprócz ustalonego kształtu logotypu nie posiada tzw. karty znaku, tj. zasad którymi należy się kierować przy projektowaniu materiałów (w tym promocyjnych) by zachować ich spójność wizualną. W tym zakresie dokonano jednak pewnej bezkosztowej modyfikacji, uwspółcześniając grafikę i dostosowując ją do obecnych standardów (Teatr nie posiadał swoich motywów graficznych na elektronicznych nośnikach)

#### b. Strona internetowa i inne formy obecności w Internecie

Należy zaznaczyć, iż strona internetowa w obecnym kształcie daleko odbiega od przyjętych obecnie standardów, zarówno w aspekcie wizualnym jak i funkcjonalnym. Istotnym jest jednak, że program na którym została ona oparta umożliwia jego modyfikację i rozbudowę, a nawet zakłada takie działania (informatyk Teatru Polskiego przygotował dokładny plan, etapy rozwoju portalu www). Nie mniej jednak pociągają one za sobą istotne zobowiązania finansowe. Obecnie dokonano zmian kosmetycznych, porządkując i na bieżącą uzupełniając aktualności, tworząc zakładkę „dla prasy” z pełnymi pakietami prasowymi (opis i zdjęcia w wysokiej rozdzielczości), wymieniając fotografie.

Teatr Polski obecny jest także na profilu społecznościowym Facebook, na który dostarcza w niezobowiązującej formie zainteresowanym bieżące informacje ze swojej działalności (w tym organizując konkursy dla widzów).

Wartym nadmienienia jest też fakt, iż w dość krótkim czasie, w wyniku podjętych działań udało się zwiększyć niemal dwukrotnie liczbę użytkowników profilu Teatru.

Ponadto w zakresie informowania i wysyłania komunikatów do mediów Teatr zwraca szczególną uwagę na współpracę z mediami internetowymi i innymi portalami społecznościowymi, zdając sobie sprawę, iż wśród mediów, to sieć internetowa wykazuje się najbardziej zdynamicznym rozwojem i ekspansywnością.

#### c. Outdoor

- współpraca z WAREXPO (zmieniono na korzystniejsze lokalizacje czterech słupów ogłoszeniowych będących w dyspozycji Teatru)

- podpisano umowę w zakresie reklam w comiesięcznym dodatku Teatr Gazety Wyborczej oraz zamieszczane są reklamy bieżącego repertuaru w cotygodniowym dodatku Co Jest Grane Gazety Wyborczej

- finalizowane są rozmowy z City Info TV (dysponentem ekranów w wagonach Metra Warszawskiego)

- finalizowane są rozmowy z AMS (w zakresie wielkoformatowych reklam w przestrzeni publicznej)

- finalizowane są rozmowy z magazynem GaGa i portalem goGaGa (w zakresie promocji dziecięcych spektakli wśród widza indywidualnego)

- finalizowane są rozmowy z Kulturalną Kopertą POKAPOKA i prowadzone z EMMA Pak (oba w zakresie dystrybucji materiałów – ulotki, plakaty)

- finalizowane są rozmowy z ProxyAd (w zakresie ogólnopolskiej promocji za pomocą sieci Bluetooth, m.in. wysyłanie komunikatów graficznych na komórkę)

- ponadto organizowane są spotkania w zakresie obecności reklamowej w kilku innych tytułach prasowych i portalach internetowych

### 2. DZIAŁANIA DODATKOWE:

W ramach promocji i tworzenia nowego wizerunku Teatru Polskiego w Warszawie, planowany jest szereg działań kulturalnych wykraczających poza produkcję spektakli teatralnych, m.in.

- Teatr Polski wraz ze Stowarzyszeniem Otwarta Rzeczpospolita będzie gospodarzem cyklicznych debat na istotne tematy społeczne

- Teatr planuje też szereg wydarzeń takich jak: koncerty, spotkania z twórcami itp. (m.in. w zaadaptowanym na nowe potrzeby wynajmowanym lokalu przy ul. Krakowskie Przedmieście 6)

- Teatr jest na etapie składania aplikacji do udziału w projekcie Instytut Adama Mickiewicza „Polska Prezydencja 2011 – Promesa”; w przypadku udziału prezentacja wydarzeń artystycznych wyprodukowanych przez Teatr nastąpiłaby m.in. w Brukseli, Berlinie, Paryżu czy Moskwie i Tokio.

- Teatr planuje również nawiązanie kontaktów z instytucjami kultury w Polsce i zagranicą. W ramach niniejszej współpracy Teatr Polski gościłoby wspomnianych partnerów u siebie, a projekty Teatru Polskiego prezentowane byłby na scenach partnerskich,

- w zakresie komercyjnego wynajmu wprowadzana jest polityka selekcji projektów i wykazywania się pewną aktywnością w zakresie pozyskiwania partnerów w postaci organizatorów wysoko cenionych wydarzeń kulturalnych, tj. Międzynarodowy Festiwal Tańca Współczesnego Ciało/Umysł, Jazz Jamboree, Warszawskie Spotkania Teatralne i in.

Szacunkowy koszt promocji w ramach działań dodatkowych: 150 000 zł

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Odświeżenie i zbudowanie spójnego systemu identyfikacji teatru jest bardzo istotne. Ze szczególną uwagą należy jednak podchodzić do ewentualnej zmiany dotychczasowego, wieloletniego logotypu, który jest niezwykle charakterystyczny, prestiżowy i podkreśla tradycję i siłę Teatru Polskiego. Działanie takie jest zasadne tylko w sytuacji gdy potrzebę tak daleko idącej zmiany dyktują wyniki przeprowadzonych wcześniej badań rynku. W przeciwnym razie być może nie warto zmieniać czegoś co jest dobre. Sugerowane jest włączenie do prac nad systemem identyfikacji teatru przedstawiciela Departamentu Kultury, promocji i Turystyki.

**(6.25) Państwowy Zespół Ludowy pieśni i Tańca "Mazowsze" im. Tadeusza Sygietyńskiego**

<b>6.25a</b>	PZLPiT "Mazowsze"	Wydanie CD z piosenkami	Kampania promocyjna w mediach. Pozyskanie sponsora, bądź sponsorów.	Promocja Zaplecza Noclegowego i Karczmy Staropolskiej. Promocja folkloru regionu Mazowsze, utrwalenie dorobku zespołu (wykorzystanie nowoczesnych nośników i techniki).	I półrocze 2011 r. Karolin	250 000 zł w ramach realizacji projektu unijnego
--------------	----------------------	-------------------------	---	---	-------------------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Rejestracja piosenek ludowych i wydanie płyty CD z najpopularniejszymi kompozycjami Tadeusza Sygietyńskiego oraz utworami, które zarejestrowano ostatnio w latach 60-tych. Piosenki pochodzą tylko z regionu mazowieckiego. Poza funkcją promującą region i Zespół wydanie CD umożliwi pozyskiwanie środków finansowych z tytułu sprzedaży CD oraz sprzedaży jednorazowej licencji na wykorzystanie CD przez inne podmioty (np.dodatek do gazety).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na okładce płyty oraz w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.25b</b>	PZLPiT "Mazowsze"	Koncerty „Mazowsza”	Pozyskiwanie patronów medialnych, szeroko pojęta informacja prasowa dotycząca planowanych koncertów, tournée. Wydawnictwa służące promocji typu postery, foldery, programy koncertowe.	Promocja folkloru regionu Mazowsze oraz zespołu „Mazowsze”. Działalność dochodowa	cały 2011 r.	koszty własne
--------------	----------------------	---------------------	--	---	--------------	---------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działalność koncertowa wynikająca ze statutu „Mazowsza” w niepodważalny sposób promuje region i Polskę w kraju i na całym świecie. Plan koncertowy tworzony jest na bieżąco, ale statystyki z ostatnich pięciu lat szacują liczbę koncertów w skali roku następująco: Polska – 80 koncertów, świat – 20 koncertów. W 2011 roku planowane są między innymi koncerty w kraju: Olsztyn, Suwałki, Ełk, Tarnów Rzeszów, Kraków, Katowice, Zamość; świat: Korea, Francja, Belgia, Niemcy i Ukraina.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>6.25c</b>	PZLPiT "Mazowsze"	Koncerty w Mateczniku Mazowsze	Kampania promocyjna w mediach. Pozyskiwanie sponsorów. Wydawnictwa promujące przedsięwzięcie (z naciskiem na materiały własne artystów).	Promocja kultury regionu Mazowsze i działających w regionie artystów. Dostęp do kultury lokalnego środowiska. Wymiana doświadczeń artystów.	cały 2011 r. Matecznik Mazowsze w Karolinie	koszty własne
--------------	----------------------	--------------------------------	--	---	--	---------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Koncerty artystów działających na terenie Mazowsza promują region poprzez prezentację dorobku artystycznego. Gościnne występy artystów spoza regionu (także zagranicznych) posłużą także konfrontacji artystów i wymianie doświadczeń. Poza koncertami organizowane będą wystawy, spotkania z twórcami, festiwale i inne formy żywego kontaktu mieszkańców województwa (zwłaszcza regionu) z szeroko pojętą kulturą.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.25d	PZLPiT "Mazowsze"	Pozostała działalność w Mateczniku Mazowsze	Promocja w lokalnych mediach, rozsyłanie informacji drogą elektroniczną. Wydawnictwa typu ulotki reklamowe, foldery.	Promocja kultury poprzez edukację i aktywizację mieszkańców regionu oraz mieszkańców innych województw i państw. Działalność dochodowa	cały 2011 r. Matecznik Mazowsze w Karolinie	koszty własne
-------	----------------------	---	--	--	--	---------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Prowadzenie warsztatów, kursów oraz innych zajęć nie tylko dla dzieci i młodzieży, ale także dla dorosłych. Organizowanie zwiedzania siedziby „Mazowsza”, Matecznika Mazowsze (udział w próbie zespołu) oraz muzeum kostiumów i pamiątek z wyjazdów. Współpraca z innymi ośrodkami kultury oraz placówkami szkolnymi. Organizowanie seminariów, konferencji, eventów i innych form wymiany doświadczeń, informacji i edukacji.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.25e	PZLPiT "Mazowsze"	Materiały promocyjne w ramach hasła Zabytkowy park „Mazowsza” wizytówką regionu.	Wydawnictwa typu informatory, foldery, kalendarze, kartki pocztowe. Gadżety typu: kubki, T-Shirty, długopisy, smycze i inne. Zamieszczenie logotypu Samorządu Województwa Mazowieckiego.	Promocja zrewitalizowanego parku. Promocja regionu poprzez promocję słowa Mazowsze kojarzonego z zespołem i regionem. Informacja o działalności zespołu i Samorządu.	cały 2011 r. Polska, świat	250 000 zł realizacja w ramach projektu unijnego
-------	----------------------	--	--	--	-------------------------------	--

#### OPIS DZIAŁANIA

Materiały promujące zabytkowy park posłużą także promocji regionu poprzez skojarzenie wspólnej nazwy. Wymienione wyżej wydawnictwa umożliwią zamieszczenie informacji o działalności zespołu, jego historii, repertuarze itp., a także informacji o planowanych wydarzeniach kulturalnych w województwie.

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.26) Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku**

6.26a	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Reklama	1) Druk, dodruk i rozwieszanie plakatów na słupach miejskich oraz w szkołach 2) Ulotki wysyłane do szkół i instytucji z regionu Mazowsza 3) Rejestracja materiałów reklamowych i promocyjnych na płytach CD, DVD i kasetach DV 4) Spotkania z aktorami i twórcami spektakli 5) Modernizacja strony internetowej: www.teatrplock.pl	1) Dotarcie z informacjami na temat granych spektakli do jak największej liczby mieszkańców Płocka 2) Informowanie nauczycieli o granych przedstawieniach 3) Usprawnienie kontaktów z mediami i kontrahentami 4) Reklama i upowszechnianie wiedzy na temat Teatru 5) Większa obecność w sieci, dotarcie do widzów, prasy i kontrahentów	1) przed każdą planowaną premierą oraz przy okazji wznowienia spektaklu 2) dwa razy w miesiącu 3) przez cały rok 4) po każdej premierze 5) wrzesień 2011 r.	1) 45 000 zł 2) 30 000 zł 3) 15 000 zł 4) 10 000 zł 5) 15 000 zł
-------	---	---------	--	---	---	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Przy okazji każdego spektaklu Teatr zleca rozwieszenie plakatów na słupach miejskich Płockiemu Ośrodkowi Kultury i Sztuki. Dodatkowo plakaty roznoszone są do płockich szkół, aby zachęcić nauczycieli do wzięcia udziału w widowiskach z młodzieżą. Dodatkowo, umożliwi spotkania z twórcami spektakli, aby przybliżyć widzom Teatr. W 2011 roku planujemy modernizację strony internetowej, aby dostosować ją do współczesnych standardów i usprawnić kontakty z mediami i widzami.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.26b	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Kontakty z mediami	Informowanie mediów o wydarzeniach teatralnych, organizowanie konferencji prasowych, przekazywanie materiałów reklamowych oraz zaproszeń na spektakle, przygotowanie wspólnych konkursów i paneli dyskusyjnych dotyczących bieżących pozycji repertuarowych. Dotarcie do szerszego grona dziennikarzy i krytyków zajmujących się kulturą w województwie mazowieckim oraz nawiązanie współpracy z dziennikarzami telewizji ogólnopolskich. Płatne spoty reklamowe.	Informowanie mediów o wszystkich wydarzeniach teatralnych, nawiązanie współpracy z telewizją	przed każdą planowaną premierą	40 000 zł
-------	---	--------------------	--	--	--------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Korzystając z dobrze układającej się współpracy z mediami, Teatr chciałby zaoszczędzić środki finansowe przeznaczone na działania promocyjne, a jednocześnie dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.26c	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	Działalność wydawnicza	1) Programy teatralne do 8 premier (plus dodruk) oraz innych wydarzeń artystycznych 2) Wydanie książki „Teatr Płocki w latach 2003-2011” oraz publikacji jubileuszowej na 200-lecie Teatru. 3) Informator Teatralny pt. „Aktualności Teatru Płockiego”	1) Informacja na temat spektaklu i jego twórców 2) Przybliżenie historii Teatru widzom 3) Informowanie o bieżących wydarzeniach oraz wystawianych sztukach	1) przed każdą zaplanowaną premierą 2) listopad 2011 r. 3) raz na dwa miesiące	1) 40 000 zł 2) 50 000 zł 3) 10 000 zł
-------	---	------------------------	--	--	--	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Zaplanowana w pkt. 1.2. publikacja jest kolejnym wydawnictwem z serii „Teatr Płocki w latach...”. Tego rodzaju forma publikacji służy nie tylko celom promocyjno - reklamowym, ale i zabezpieczeniu historii Teatru. „ATP” wydawane jest co dwa miesiące i dystrybuowane do płockich instytucji kultury, zakładów pracy oraz placówek oświatowo – wychowawczych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach poligraficznych, informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.26d	Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku	<p>Działania promocyjne odbywające się przy okazji premier oraz innych wydarzeń artystycznych.</p> <p><b>(zadanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Płocku)</b></p>	<p>Programy teatralne, zdjęcia, plakaty, ulotki, spotkania młodzieży z twórcami, konferencje prasowe.</p> <p>Propozycje repertuarowe:</p> <p>DUŻA SCENA: 1. „Scena Dramatu Współczesnego”, 2. „Widowisko plenerowe” - Dni Historii Płocka, 3. „Trzy siostry”, 4. „Opowieść o zwyczajnym szaleństwie”, 5. Farsa, 6. Bajka, 7. Klasyka, 8. Pozycja współczesna, SCENA KAMERALNA: 9. Polska dramaturgia współczesna, 10. Światowa dramaturgia współczesna (lub klasyka), 11. Spektakl eksperymentalny, SCENA INICJATYW AKTORSKICH: 12. Dwa spektakle, SCENA „PIEKIEŁKO”: 13. Trzy monodramy, SCENA FASCYNACJI POETYCKICH: 14. Pięć wieczorów poezji, okolicznościowych</p>	Upowszechnienie kultury teatralnej na Mazowszu	w siedzibie teatru	X
-------	---	---	---	--	--------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach poligraficznych, informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>(6.27) Teatr Praga w Warszawie</b>						
<b>6.27a</b>	Teatr Praga w Warszawie	Kampanie informacyjno-wizerunkowe promujące działalność artystyczną Teatru Praga (ATL/BTL)	Serwisy www.; Stacje radiowe; TV; Prasa; Interaktywna strona internetowa – Facebook oraz Direct mailing; PR; Wydawnictwa promocyjne i gadżety; Outdoor  Miernikami skuteczności realizowanych działań promocyjnych będą: - kreacja wizerunku teatru - wzrost świadomości marki wśród potencjalnych odbiorców - wzrost sprzedaży biletów na spektakle	* Wytworzenie mody na TP * Zwiększenie wiedzy o ofercie artystycznej * Kreowanie pozytywnego wizerunku teatru – (budowanie marki, promowanie logo) * Pozycjonowanie w świadomości odbiorców	raz na kwartał planowane są kampanie o większym natężeniu (związane z premierą), miesięczne działania promocyjne z przewagą BTL	planowane koszty w skali roku – 100 000 zł

**OPIS DZIAŁANIA**

Podejmowane działania promocyjne będą wymagać opracowania strategii uwzględniającej zaplanowanie i podział budżetu, wybór narzędzi, przygotowanie projektów reklamy, zaplanowanie czasu emisji. Istotne jest zaprojektowanie tych działań w taki sposób, by do odbiorcy docierała informacja z kilku źródeł jednocześnie:

- reklama w TV i na stronach serwisów internetowych, będących największym obszarem działań w internecie (możliwość wykorzystania animacji, tekstu i grafiki oraz wideo);
- emisja spotów promocyjnych w wybranych stacjach radiowych;
- ogłoszenia prasowe;
- reklama zewnętrzna na nośnikach wielkoformatowych;

Dzięki zdywersyfikowanym i jednoczesnym działaniom przekaz komunikatu promocyjnego będzie spójny i dotrze do odbiorców korzystających z różnych mediów. Kampanie prowadzone będą w cyklach, ich natężenie oraz udział narzędzi związane będą z aktywnością artystyczną teatru (premiery, szczególnie ważne wydarzenia).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(6.28) Warszawska Opera Kameralna**

6.28a	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na nośnikach outdoor - BILBOARDY	Kontynuacja współpracy z firmą oferującą „bilboardy”. - CITYBOARD (partner strategiczny WOK) – od lat oferuje nam bilboardy o wielkości 4m x 12m. Zwykle podczas promocji wydarzeń otrzymujemy 10 – 20 nośników stosownie do rangi przedsięwzięcia.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	WOK ponosi koszty druku i klejenia nośników reklamowych. Przy 10 sztukach jest to koszt ok. 10 000 zł. Pozostałe koszty np. ekspozycji rozliczane są w barterze.
-------	----------------------------	---	--	--	--	--

#### OPIS DZIAŁANIA

Działania promocyjne na nośnikach outdoor mają na celu pokazanie szerokiemu gronu odbiorców repertuaru Warszawskiej Opery Kameralnej. Podpisane umowy opierają się o współpracę na zasadzie barterowej. W skali roku mamy do dyspozycji ok. 80 tablic o wielkości 4x12 metra. Ta forma promocji jest przewidziana w przypadku najważniejszych Festiwalu i wydarzeń kulturalnych organizowanych przez WOK.

#### OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w reklamie na bilboardach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.*



6.28b	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na nośnikach outdoor – EKRANY LED	Kontynuacja współpracy z firmą VIDEOBOARD oferującą reklamę na „nośnikach LED” przy ul. Marszałkowskiej, przy ul. Krakowskiej i przy rondzie Daszyńskiego.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	koszt jednej kampanii to kwota 1 000 zł reszta jest rozliczana na zasadzie barterowej.
-------	-------------------------------	---	--	--	--	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Działania promocyjne na nośnikach VIDEOBOARD mają na celu pokazanie szerokiemu gronu odbiorców repertuaru Warszawskiej Opery Kameralnej. Podpisane umowy opierają się o współpracę na zasadzie barterowej. Ta forma promocji jest przewidziana w przypadku najważniejszych Festiwalu i wydarzeń kulturalnych organizowanych przez WOK.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w reklamie na ekranach LED, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

6.28c	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na tablicach 30 x 90 cm w autobusach i tramwajach komunikacji miejskiej.	Kontynuacja współpracy z firmą METROMEDIA oferującą nośniki w warszawskich tramwajach i autobusach. Zwykle podczas kampanii mamy do dyspozycji 50-100 tablic.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r. - 25 marca 2012 r.)	350 zł kosztuje wykonanie 50 tablic. Ekspozycja jest rozliczana na zasadzie barteru.
-------	----------------------------	---	---	--	---	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Ta forma promocji realizowana jest w przypadku wszystkich naszych wydarzeń. W przypadku naszych największych Festiwalu mamy do dyspozycji nawet do 200 tablic w tramwajach i autobusach komunikacji miejskiej w Warszawie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach w autobusach i tramwajach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

6.28d	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w bezpłatnych dziennikach „METRO” i „ECHO MIASTA”	Kontynuacja współpracy przede wszystkim z dziennikiem METRO, który od lat jest naszym patronem medialnym. Gazety te zamieszczają zarówno informacje redakcyjne jak i reklamy.	Reklama Festiwali, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę warszawską.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	świadczenia reklamowe wynoszą od 1700–5000zł w zależności od długości trwania Festiwalu. Gros świadczeń Rozliczanych jest w formie barteru.
-------	----------------------------	--	---	---	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Dziennik Metro i Echo Miasta oferuje nam opiekę redakcyjną jak również powierzchnię reklamową. Zakres promocji jest uzależniony od tego jak długo trwanie Festiwali oraz od rangi wydarzeń.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w dziennikach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.28e	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w platformach telewizyjnych EURONEWS, MEZZO	Kontynuacja współpracy z kanałami telewizyjnymi EURONEWS i MEZZO. EURONEWS oferuje zapowiedzi w dziale „agenda” oraz na stronie internetowej. Telewizja Mezzo daje możliwość promocji spotowej.	Reklama Festiwali, koncertów oraz przedstawień operowych na skalę europejską.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	współpraca z Mezzo to koszt ok. 3000 Euro.  Euronews współpracuje z nami na zasadzie barterowej. Niektóre kampanie pokrywa LOT.
-------	----------------------------	--	---	---	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Podjęta kilka lat temu współpraca umożliwia nam zamieszczanie naszego programu w „agendzie” kanałów telewizyjnych MEZZO i EURONEWS. O ile reklama w TV EURONEWS obejmuje tylko naszą obecność w zapowiedziach to TV MEZZO oferuje także spoty. Spoty przygotowywane są głównie na potrzebę promocji Festiwalu Mozartowskiego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w spotach reklamowych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

6.28f	Warszawska Opera Kameralna	Promocja na portalu horyzontalnym WP.PL lub ONET.PL	Od lat współpracujemy na zmianę z dwoma największymi platformami internetowymi. Portale te oferują nam opiekę redakcyjną jak również mailingi i kampanie banerowe.	Reklama Festiwali, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę krajową i międzynarodową.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	umowy z Portalami są sporządzane na zasadzie barteru.
-------	----------------------------	---	--	---	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Portale internetowe korzystając z nadesłanych przez nas materiałów wykonują zarówno działania redakcyjne jak również kampanie banerowe. Rozsyłany jest także mailing do ludzi, którzy wyrazili zainteresowanie otrzymywaniem informacji dotyczących kultury. Liczba odbiorców „mailingu” To blisko 100.000 osób w przypadku współpracy z ONET.PL

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na portalach oraz w innych w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

6.28g	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w rozgłośniach radiowych. Współpraca dotyczy działań promocyjnych oferowanych przez „Radio dla Ciebie” oraz „Polskie Radio II”	Kontynuacja współpracy z RDC, które oprócz zapowiedzi redakcyjnych i zamieszczania informacji na stronie internetowej RDC oferuje także spoty radiowe. Ich ilość to od 20 do 100. Zależnie od czasu trwania Festiwalu. Program II PR oferuje zapowiedzi redakcyjne.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę krajową.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	umowy są sporządzane na zasadzie barteru.
-------	----------------------------	--	---	--	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Od kilku lat „Radio Dla Ciebie” oferuje nam szeroką opiekę medialną emitując spoty i zapowiedzi redakcyjne. Program II PR reklamuje wydarzenia WOK zwykle w formie redakcyjnej. Podczas najważniejszych Festiwali zamawiamy także emisje spotów na antenie PR II.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

6.28h	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w czasopismach anglojęzycznych: The Visitor, In Your Pocket, The Warsaw Voice	Kontynuacja współpracy z czasopismami anglojęzycznymi, które od lat jest naszym patronem medialnym. Periodyki te zamieszczają zarówno informacje redakcyjne jak i reklamy.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę odbiorców anglojęzycznych i turystów	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	umowy są sporządzane na zasadzie barteru. Reklama w „In Your Pocket” kosztuje - 1000 zł □
-------	----------------------------	--	--	--	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

„In Your Pocket” oferuje nam oprócz zapowiedzi redakcyjnych także dwustronicową reklamę. Visitor także udziela nam powierzchni reklamowej

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze (w angielskiej wersji językowej) i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.28i	Warszawska Opera Kameralna	Promocja w sieci bankomatów EURONET	Kontynuacja współpracy z firmą oferującą reklamę w sieci bankomatów EURONET. Reklamy na ekranach bankomatów.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych na szeroką skalę warszawską.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	umowy są sporządzane na zasadzie barteru
-------	----------------------------	-------------------------------------	--	---	--	--

**OPIS DZIAŁANIA**

W Warszawie jest ponad 800 bankomatów sieci EURONET. Podczas kampanii wyświetlane są nasze wizualizacje na ekranach bankomatów tej sieci.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w reklamie w sieci bankomatów, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.28j	Warszawska Opera Kameralna	Newsletter WOKu	Od ponad 2 lat regularnie rozsyłamy NEWSLETTER do naszych wiernych odbiorców, których liczba wynosi ok. 1000 osób.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych wśród osób które wyraziły zainteresowanie przedstawieniami i Festiwalami organizowanymi przez WOK	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	forma promocji nieodpłatna
-------	----------------------------	-----------------	--	--	--	----------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Od ponad 2 lat regularnie rozsyłamy NEWSLETTER do naszych wiernych odbiorców, których liczba wynosi ok. 1000 osób. Teksty redagowane są we własnym zakresie, a newsletter otrzymują ludzie, którzy wyrazili chęć otrzymywania informacji o wydarzeniach realizowanych przez WOK.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w Newsletterze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.28k	Warszawska Opera Kameralna	Koperty kulturalne POKA POKA	Kontynuacja współpracy z firmą POKA POKA rozsyłającą ok. 2000 kopert zawierającą przygotowane przez nas ulotki dotyczące repertuaru WOK.	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień operowych wśród osób które wyraziły zainteresowanie otrzymywaniem kopert kulturalnych.	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	forma promocji - barter
-------	----------------------------	------------------------------	--	---	--	-------------------------



#### OPIS DZIAŁANIA

Firma POKAP OKA rozsyła „koperty kulturalne” zawierające ulotki o wydarzeniach promowanych przez instytucje kulturalne w Warszawie. Wśród tych materiałów jest także 2000 naszych ulotek zawierających informacje o zbliżających się wydarzeniach artystycznych organizowanych przez WOK

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach poligraficznych, informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.28I	Warszawska Opera Kameralna	<p>www.tvn24.pl  www.o2.pl  www.maestro.net.pl  www.interia.pl  www.warszawa.studentnews.pl  www.dlastudenta.pl  www.wik.com.pl  www.e-teatr.pl  www.warszawa.naszemiasto.pl  www.kamertonnet.republika.pl  www.informia.pl  www.022magazine.pl  www.cojestgrane.pl  www.teatry.art.pl  www.echomiasta.pl  www.9494.pl  www.polmic.pl  www.kulturaonline.pl  www.wieszcodobre.pl  www.festivalinfo.pl  www.muzikanova.pl  www.e-warszawa.com  www.warszawa.pogodzinach.pl  www.institut-teatralny.pl  www.independent.pl  www.warszawa.ngo.pl  www.kulturalna.warszawa.pl  www.kulturalnie.waw.pl  www.warsawtour.pl  www.widowiska.gdzieco.pl  www.aktivist.pl  www.o.pl  www.kultura-sztuka.waw.pl  www.sztuka.pl  www.bedziesiedzialo.net</p>	Wymienione portale regularnie zapowiadają wydarzenia, które odbędą się w WOK	Reklama w internecie	<p>1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.)</p> <p>2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)</p>	forma promocji nieodpłatna
-------	----------------------------	--	--	----------------------	---	----------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Portale internetowe poprzez umieszczanie informacji o WOK rozszerzają promocję naszej instytucji i informują o bieżących wydarzeniach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na portalach internetowych, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

6.28f	Warszawska Opera Kameralna	Czasopisma: MANAGERS LIFE, WINGS, BUSINNES IN POLAND, WARSAW BUSINNES JOURNAL i wiele innych	Czasopisma zamieszczają reklamy, oraz zapowiadają imprez kulturalnych organizowanych przez WOK	Reklama Festiwalu, koncertów oraz przedstawień w czasopismach ogólnopolskich o różnym profilu	1. XXI Festiwal Mozartowski (16 czerwca – 25 lipca 2011 r.) 2. Festiwal Oper Kameralnych XX i XXI wieku (12 września 2011 r.- 25 marca 2012 r.)	forma promocji nieodpłatna
-------	----------------------------	--	--	---	--	----------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wymienione czasopisma poprzez umieszczanie informacji o WOK rozszerzają promocję naszej instytucji i informują o bieżących wydarzeniach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w reklamie w czasopismach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.*

6.28m	Warszawska Opera Kameralna	Międzynarodowy rocznik muzyczny MUSICAL AMERICA	Zamieszcza aktualizowane co roku informacje o WOK i Festiwalu Mozartowskim	Ta forma reklamy zyskuje nowych widzów i słuchaczy Festiwalu Mozartowskiego WOK (indywidualnych oraz grupowych)	wysyłka z X 2010 informacji do Musical America o WOK i programie Festiwalu Mozartowskiego 2011 r.	reklama płatna
-------	----------------------------	---	--	---	---	----------------

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w roczniku muzycznym, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.*

6.28n	Warszawska Opera Kameralna	Międzynarodowy rocznik muzyczny British and International Music Yearbook oraz branżowe czasopisma o zasięgu międzynarodowym np. Opera Now, Opera (W.Brytania), Opernwelt (Niemcy), Opera International (Francja)	Zamieszczają dowolne materiały promocyjne teatrów operowych	Generalnie można powiedzieć, że ta forma naszej reklamy za granicą przynosi duży napływ ofert od zagranicznych impresariów i artystów by ich zaprosić na występy w WOK. Nieliczne są propozycje występów dla naszej opery.	poza Musical America reklamy w pozostałych periodykach są płatne. Niestety obecnie WOK nie stać na taką reklamę, jeśli nawet udałoby się wynegocjować obniżkę cen.	X
-------	----------------------------	--	---	--	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

X

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest w miarę możliwości prezentacja logo Marki Mazowsze w roczniku muzycznym i czasopismach, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo pod hasłem System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.*

**(7) Departament Edukacji Publicznej i Sportu**

7a	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Spotkania z przedstawicielami organów prowadzących gimnazja i szkoły ponadgimnazjalne na terenie Woj. Maz. inauguracyjne wdrażanie Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2011/2012 Uczestnicy: 351 organów prowadzących z terenu całego Mazowsza	Przed spotkaniami: - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 351 przedstawicieli organów prowadzących - Strona internetowa projektu <a href="http://www.mazovia.pl/">www.mazovia.pl/</a> Edukacja i Sport/Stypendia dla uczniów - Rozpropagowanie ulotek i plakatów promujących dane przedsięwzięcie w szkołach na terenie Mazowsza W trakcie spotkań: Ekspozycja Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych na roll-upach Po spotkaniach: Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl/">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu	Rozpowszechnienie szczegółowych informacji o Regionalnym programie stypendialnym dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2011/2012	maj 2011 r.	9 700 zł
----	--	---	--	---	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Pięć spotkań regionalnych skierowanych do 351 organów prowadzących gimnazja i szkoły ponadgimnazjalne z terenu całego Mazowsza. Zamierzeniem organizatorów jest przybliżenie uczestnikom spotkań konstruowanych w formie prezentacyjno - dyskusyjnej charakterystyki ww. projektu edukacyjnego, a także zasad jego realizacji w ramach PO KL, ze szczególnym uwzględnieniem szans i możliwości, które otwierają się przed jego uczestnikami. W spotkaniu wezmą również udział przedstawiciele : Delegatur Kuratorium Oświaty, Delegatur Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, przedstawiciele Departamentu Edukacji Publicznej i Sportu UMWM.

W ramach spotkań zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja osiągnięć w ramach projektu. Spotkanie ma także zachęcić uczestników do włączenia się do grona jednostek realizujących, które znacząco przyczynią się do sprawnej realizacji projektu, a także do niwelowania barier w dostępie do edukacji, na które napotykają uzdolnieni uczniowie pochodzący ze środowisk zagrożonych problemem marginalizacji społecznej. Poprzez otrzymywanie stypendium mogą oni wykorzystać szansę na budowanie lepszego i godniejszego życia.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

7b	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Publikacja wkładki tematycznej lub innej formy informacji w sześciu Tygodnikach Mazowieckich, dotyczącej Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2011/2012	Przed publikacją: - konsultacje/współpraca z Biurem prasowych UM - przygotowanie projektu dodatku tematycznego Publikacja: - wkładka tematyczna lub inna forma informacji zawierająca szczegółowe informacje dotyczące: - procedury naboru do kolejnej edycji Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2011/2012; - wywiady/ opinie członków Zarządu Woj. Maz., Dyrekcji Departamentu; - wywiady z uczniami stypendystami, nauczycielami opiekunami. Po publikacji: Informacja na stronie www.mazovia.pl oraz na stronie projektu.	Promocja czwartej edycji Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2011/2012	maj 2011 r.	25 000 zł
----	--	--	--	--	-------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Podstawowym założeniem polityki informacyjno – promocyjnej Europejskiego Funduszu Społecznego w latach 2007-2013 jest prowadzenie spójnej polityki informacyjnej przez wszystkie zaangażowane instytucje. Jeśli wiadomość jest skierowana do wszystkich grup odbiorców, a więc opinii publicznej, np. ogłoszenie o uruchomieniu programu operacyjnego, powinny zostać użyte wszystkie możliwe narzędzia. Koordynatorem działań informacyjno – promocyjnych w regionie jest Instytucja Pośrednicząca. Konieczne jest przeprowadzenie przynajmniej raz w roku kampanii informacyjnej o szerokim zasięgu poświęconej efektom realizacji EFS w ramach PO KL, czyli przedsięwzięcia skierowanego do więcej niż dwóch grup docelowych realizowanego przy użyciu co najmniej trzech narzędzi działań komunikacyjnych.

Publikowana wkładka lub np. ogłoszenie w Tygodniku Ciechanowskim, Tygodniku Płockim, Tygodniku Siedleckim, Życiu Żyrardowa, Tygodniku Ostrołęckim i Echu Dnia ma na celu poinformowanie opinii publicznej o możliwości ubiegania się o stypendium na podstawie zatwierdzonego przez Sejmik Województwa Mazowieckiego Regulaminu przyznawania i przekazywania stypendiów dla uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych w Województwie Mazowieckim w roku szkolnym 2011/2012, w ramach projektu –Regionalny program stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych. Np.kilkustronicowy dodatek tematyczny dotyczący stypendiów unijnych, który ukaże się w każdym z tygodników będzie miał za zadanie poinformować o możliwościach ubiegania się o stypendium, ponadto, zawierałaby najważniejsze informacje o zasadach otrzymania stypendium, terminach składania wniosków stypendialnych, miejscu pozyskania niezbędnych dokumentów oraz przede wszystkim promowałaby kolejny nabór wniosków stypendialnych na rok szkolny 2011/2012, a przede wszystkim umożliwi dotarcie z informacją na temat programu stypendialnego w ramach projektu systemowego Samorządu Województwa „Regionalny Program Stypendialny dla uczniów szczególnie uzdolnionych” do mieszkańców Mazowsza.

Planowany termin wydania: maj/czerwiec 2011 r.

Usługa będzie realizowana na podstawie zamówienia. Rozliczenie będzie zrealizowane na podstawie faktur wystawionych na Departament Edukacji Publicznej Sportu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

7c	Departament Edukacji Publicznej i Sportu	Uroczystość związana z wręczeniem listów gratulacyjnych 20 najlepszym stypendystom Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych w roku szkolnym 2011/2012 realizującym najciekawsze IPREU i ich nauczycielom – opiekunom Uczestnicy: około 50 osób	Przed uroczystością: - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 20 uczniów stypendystów i ich nauczycieli – opiekunów, z równoczesnym powiadomieniem Dyrekcji szkoły ucznia oraz Kuratorium Oświaty - Informacja na stronie internetowej projektu <a href="http://www.mazovia.pl/">www.mazovia.pl/</a> Edukacja i Sport/Stypendia dla uczniów - Banner na stronie <a href="http://www.mazovia.pl/">www.mazovia.pl</a> z przekserowaniem na stronę projektu. W trakcie uroczystości: Ekspozycja Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych na roll-upach Poczęstunek dla zaproszonych gości Upominki związane z Regionalnym programem stypendialnym dla uczniów szczególnie uzdolnionych Po uroczystości: Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl/">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu. Informacja w Kronice Mazowieckiej. Działanie edukacyjne.	Wzmocnienie samooceny uczniów wyróżnionych, pogłębienie wiary we własne możliwości. Zwiększenie motywacji do nauki i pracy nowo- wybranych uczniów stypendystów oraz ich nauczycieli - opiekunów.	listopad 2011 r .	3 500 zł
----	--	--	---	---	-------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Uroczystość skierowana jest do wybranych przez Zarząd Woj. Maz. uczniów stypendystów i ich nauczycieli – opiekunów z terenu Mazowsza.

W oficjalnym spotkaniu weźmie udział 20 uczniów stypendystów, nauczyciele – opiekunowie, Marszałek Województwa Mazowieckiego. Dyrekcja Departamentu Edukacji Publicznej i Sportu UMWM oraz przedstawiciele DEPiS. W ramach spotkania zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja osiągnięć w ramach projektu. Uroczyste spotkanie ma zachęcić uczestników kolejnych edycji Regionalnego programu stypendialnego dla uczniów szczególnie uzdolnionych do włączenia się do grona uczniów pracujących efektywnie na rzecz samorozwoju. Jest to także forma wymiany doświadczeń wśród osób zaangażowanych w realizację projektów. Na zakończenie uroczystości zaplanowane jest działanie edukacyjne np. wyjście do Muzeum, koncert, sztuka teatralna.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

**(7.1) Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli**

7.1a	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli	Wydawnictwo Mazowieckiego Kwartalnika Edukacyjnego „Meritum”	<p>Kwartalnik rozpowszechniany jest poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sieć prenumeratorów (szkoły, placówki oświatowe oraz nauczyciele)</li> <li>• spółkę Kolporter S.A.</li> <li>• jako dodatek do szkoleń przeprowadzanych przez MSCDN</li> </ul> <p>Informacje o kwartalniku znajdują się min. w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatorze o formach doskonalenia (reklama na okładce)</li> <li>• Witrynach internetowych MSCDN (centralnej i wydziałowych)</li> </ul> <p>Pismo dostępne jest również w wersji elektronicznej pod adresem: (<a href="http://meritum.edu.pl">http://meritum.edu.pl</a>)</p>	propagowanie nowych koncepcji pedagogicznych, innowacyjnych rozwiązań programowych i metodycznych, aktualizacja prawa oświatowego, recenzje interesujących i przydatnych książek,	styczeń 2011 r. – grudzień 2011 r.	ok.80 000 zł przetarg
------	--	--	--	---	---------------------------------------	--------------------------



**OPIS DZIAŁANIA**

Wydawane przez Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli od 2006 roku czasopismo „Meritum” ma charakter informacyjno – metodyczny. Powołane zostało w celu zapewnienia dyrektorom szkół i nauczycielom materiałów w zakresie doskonalenia ich pracy oraz sprawnego przepływu informacji. Koncepcja pisma oparta jest o temat wiodący prezentowany wieloaspektowo – od stanu badań w danej dziedzinie, poprzez dorobek nauczycieli i szkół, po praktyczne przykłady rozwiązań. Umożliwia to m.in. wykorzystywanie pisma jako pakietu edukacyjnego na szkoleniach organizowanych przez MSCDN. Zespół redakcyjny tworzą nauczyciele konsultanci Mazowieckiego Samorządowego Centrum Doskonalenia Nauczycieli oraz pracownicy Ośrodka Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów – współwydawcy czasopisma.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w treści wydawnictwa oraz materiałach informacyjnych związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>7.1b</b>	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli	Druk Informatora o formach doskonalenia nauczycieli na rok szkolny 2011/2012	Informator rozpowszechniany jest poprzez: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wydziały MSCDN (rozdawany podczas konferencji, szkoleń, spotkań)</li> <li>• przekazywany do szkół i zainteresowanych nauczycieli</li> </ul> Informacje o ofercie szkoleniowej znajdują się również na stronach internetowych Wydziałów MSCDN	dotarcie do nauczycieli i osób zainteresowanych z ofertą kursów kwalifikacyjnych, seminariów, warsztatów metodycznych i konferencji organizowanych i prowadzonych przez MSCDN	lipiec 2011 r.	ok.20 000 zł
-------------	--	--	---	---	----------------	--------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Informator o formach doskonalenia nauczycieli ukazuje się w siedmiu wersjach, zawierając dane właściwe dla każdego wydziału. Każdy informator zbudowany jest według tej samej koncepcji: część pierwsza zawiera dane adresowe konkretnego wydziału oraz zasady organizacji szkoleń. W części drugiej umieszczony jest opis form doskonalenia, zawierający m.in. spis modułów realizowanych szkoleń. Część ta podzielona została na obszary tematyczne, aby ułatwić nauczycielowi korzystanie z oferty. W każdym informatorze znajduje się również indywidualna karta zgłoszenia na szkolenie, co powoduje, iż nauczyciel otrzymując kompletny pakiet, ma ułatwione zadanie podjęcia decyzji o własnym doskonaleniu.

Oferta doskonalenia MSCDN funkcjonuje także w postaci elektronicznej. Jest to konieczne, gdyż wersja drukowana informatora nie wyczerpuje propozycji naszych szkoleń. Potrzeby klientów, sytuacja oświatowa wymagają szybkiego reagowania. Stąd też oferta doskonalenia w wersji elektronicznej jest na bieżąco uzupełniana i wzbogacana. Po wpisaniu formy przez konsultanta i zaakceptowaniu jej przez dyrektora bądź kierownika wydziału, pojawia się ona bezpośrednio na stronie internetowej, gdzie jest dostępna dla osób zainteresowanych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w informatorze, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1c	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli	Festiwale nauki – w ramach projektu Systemowego „Mazowieckie Centra Talentu i Kariery” (komponenty: Młodzieżowa Akademia Umiejętności i Szkoły Startu do Kariery).	<p>Przed przedsięwzięciem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne skierowane do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych;</li> <li>- Zaproszenia imienne do szkół oraz informacja o przedsięwzięciu na stronie internetowej MSCDN;</li> <li>- Link do interaktywnego portalu strony MCTiK (zawierającego m.in.: prezentacje osiągnięć uczniów, fora dyskusyjne, muzeum techniki i ciekawostek nauki )</li> <li>- Informacja w lokalnych stacjach radiowych.</li> </ul> <p>W trakcie przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Baner Festiwalu – w eksponowanym miejscu CTiK;</li> <li>- Plakietki z logo projektu rozdawane uczniom;</li> <li>- Ulotki reklamujące projekt MCTiK;</li> <li>- Rollbanery Wydziałów MSCDN;</li> </ul>	Celem konferencji jest propagowanie głównej idei projektu MCTiK – wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci i młodzieży w województwie mazowieckim	czerwiec – wrzesień 2011 r. Centra Projektu wyróżnione w konkursie	koszty promocji zaplanowane w budżecie projektu
------	--	--	--	---	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal jest częścią projektu systemowego MCTiK (Komponent MAU), wpisującym się w działanie wewnątrzregionalne. Festiwal będzie prezentacją dokonań zrealizowanych w Komponentie MAU; w tej części zaprezentują się uczestnicy projektu z poszczególnych grup przedmiotowych. Prezentacje multimedialne z dziedziny fizyki, chemii, matematyki połączone z ekspozycjami doświadczalnymi zaprezentują prowadzący MAU wykładowcy z Uniwersytetu Warszawskiego, Politechniki Warszawskiej, Mazowieckiego Samorządowego Centrum Doskonalenia Nauczycieli. Planowana. Festiwal planowany jest jako formuła upowszechniania nauk ścisłych; skierowana do uczniów i nauczycieli szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1d	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Płocku	Konferencja zamykająca i podsumowująca III edycję projektu edukacyjnego „Szkoła Wspierająca Uzdolnienia” oraz otwierająca Międzyszkolny Festiwal Twórczości  Uczestnicy: 300 uczestników z terenu miasta Płocka i całego powiatu płockiego	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego,</li> <li>* Zaproszenia personalizowane, które zostaną skierowane do dyrektorów szkół, przedszkoli i innych placówek opiekuńczo-wychowawczych (do 120 osób).</li> <li>* Strona internetowa projektu MSCDN zawierająca niezbędne informacje na temat projektu „Szkoła Wspierająca Uzdolnienia” i jego rozwoju od 2004r. do chwili obecnej.</li> <li>* Banner na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> z przekierowaniem na stronę projektu.</li> <li>* Broszura informacyjna zawierająca osiągnięcia poszczególnych placówek uczestniczących w projekcie oraz statystykę.</li> <li>* Informacja w lokalnych mediach.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wystawa prac: uczniów, studentów i nauczycieli biorących udział w projekcie.</li> <li>* Warsztaty metodyczne dla nauczycieli.</li> <li>* Lekcja otwarta z udziałem zaproszonych gości.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu</li> <li>* Zamieszczenie informacji pokonferencyjnej w formie publikacji zwartej MSCDN (w tym materiałów metodycznych), Meritum oraz lokalnych mediach.</li> <li>* Wydanie okolicznościowego Kalendarza Działań Twórczych.</li> <li>* Fotograficzna wystawa pokonferencyjna w MSCDN promująca aktywność twórczą i zachęcająca do udziału w kolejnej edycji</li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o projekcie edukacyjnym przeznaczonym dla szkół i przedszkoli pt. „Szkoła Wspierająca Uzdolnienia” przygotowującym nauczycieli do stymulowania zdolności twórczych u dzieci.	maj 2011 r.	9 000 zł
------	---	--	--	---	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja skierowana jest do przedszkoli, szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych znajdujących się w Płocku lub na terenie powiatu płockiego. Zorganizowane zostanie we współpracy z: Urzędem Miasta Płocka, Towarzystwem Wspierania Szkolnictwa Wyższego i Oświaty w Płocku, Polskiego Stowarzyszenia Kreatywności oraz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego. Naukową i dydaktyczną opiekę nad projektem sprawuje Zakład Pedagogiki Twórczości w Katedrze Badań Edukacyjnych i Dydaktyki na Uniwersytecie Łódzkim. Imiennie nad projektem patronat objął prof. dr hab. Krzysztof Szmidt.

W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja osiągnięć w ramach projektu. Konferencja ma także zachęcić uczestników do włączenia się do grona placówek posiadających Certyfikat :Szkoly Wspierającej Uzdolnienia". Jest to także forma wymiany doświadczeń wśród osób realizujący projekt.

Na zakończenie konferencji zaplanowana jest część artystyczna oraz twórcza niespodzianka dla uczestników w postaci Wyzwania na Teraz.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1e	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Płocku	Projekt edukacyjny „Gwiazdy w Wiśle. Baśnie i legendy o Płocku” – II edycja Uczestnicy: 120 osób z Płocka i powiatu płockiego ( w tym 20 nauczycieli , 100 uczniów)	Książka „Gwiazdy w Wiśle. Baśnie i legendy o Płocku” dla uczestników projektu (dla każdej szkoły, która przystąpiła do projektu)	Rozpowszechnianie informacji o projekcie	3 styczeń 2011r.	2 400 zł
			Publikacja zeszytu metodycznego z działaniami zrealizowanymi w ramach projektu przez uczniów i nauczycieli na podstawie książki „Gwiazdy w Wiśle. Baśnie i legendy o Płocku”		9 czerwiec 2011r.	1 000 zł
			Konferencja podsumowująca projekt: przed konferencją: - zaproszenia personalizowane – skierowane do 50 osób w trakcie konferencji: - wystawa prac, dokumentacji fotograficznej, prezentacja przedstawień teatralnych przygotowanych i zrealizowanych w ramach projektu przez uczniów i nauczycieli		9 czerwiec 2011r.	500 zł

**OPIS DZIAŁANIA**

„Gwiazdy w Wiśle. Baśnie i legendy o Płocku” to projekt edukacyjny mający na celu kształtowanie postaw przywiązania i szacunku dla małej ojczyzny w oparciu o treści książki wydanej przez Płocką Galerię Sztuki o tym samym tytule. W projekcie mogą uczestniczyć szkoły z Płocka i powiatu płockiego, które w oparciu o wspomnianą książkę będą podejmowały i realizowały różnorodne działania, np. w postaci scenariuszy przedstawień teatralnych, słuchowisk muzycznych, gier terenowych, dokumentacji fotograficznej, komiksów, filmów z komórki, bloga z nowymi legendami i baśniami o Płocku. W trakcie realizacji projektu nauczyciele będą mogli uczestniczyć w warsztatach malarskich(plenerowych), muzycznych, komputerowych i twórczości, mających na celu doskonalenie ich warsztatu metodycznego i wspieranie podczas realizacji podjętych działań. Projekt nie ma charakteru Konkursu, jednak najciekawsze propozycje zostaną na zakończenie projektu zaprezentowane i upowszechnione w mediach i w postaci publikacji metodycznej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1f	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Płocku	Festiwal Nauki promujący projekt edukacyjny DELTAKLUB dla uczniów uzdolnionych w przedmiotach matematyczno-przyrodniczych.	<p>Przed Festiwalem: Plakaty informacyjne umieszczone w szkołach i jednostkach organizacyjnych samorządu terytorialnego. Rozbudowa strony internetowej projektu <a href="http://www.deltaklub.pl">www.deltaklub.pl</a> Ogłoszenia prasowe i artykuł sponsorowany w lokalnej prasie. Banery reklamowe Festiwalu na stronach MSCDN</p> <p>W trakcie Festiwalu: Roll-upy DELTAKLUBU, MSCDN Koszulki, kubki, smycze, długopisy oraz gry logiczne z logo Festiwalu jako nagrody dla uczestników konkursów przeprowadzanych podczas Festiwalu Nauki</p> <p>Po Festiwale: Relacja na stronie <a href="http://www.deltaklub.pl">www.deltaklub.pl</a> Fotoreportaż na stronach DELTAKLUBU i MSCDN Artykuł w Meritum</p>	Rozpowszechnienie informacji i spopularyzowanie działań edukacyjnych na rzecz dzieci uzdolnionych.	21 marca 2011 r. MSCDN Wydział w Płocku	10 000 zł
------	---	--	--	--	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal Nauki przeznaczony dla uczniów klas V-VI szkół podstawowych i gimnazjów z Płocka i powiatu płockiego. Podczas Festiwalu działać będą stanowiska przedmiotowe, na których uczniowie wykonywać będą samodzielnie ćwiczenia i doświadczenia zdobywając wiedzę w sposób holistyczny i kształcąc różnorodne umiejętności. Zorganizowane również będą konkursy popularyzujące daną dziedzinę wiedzy i logiczne myślenie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** W miarę możliwości warto w konkursach poruszyć tematykę wiedzy o regionie. Badania pokazują bowiem, że mieszkańcy Mazowsza posiadają wiedzę o własnych subregionach (płockim, ostrołęckim, siedleckim, radomskim, ciechanowskim) a nie postrzegają Mazowsza jako całości.

7.1g	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Radomiu	Forum Mazowieckich Miłośników Matematyki	<p>Materiały z logo Mazowsza:                      -Plakaty informacyjne                      -Zaproszenia do szkół podstawowych, gimnazjów i ponadgimnazjalnych.                      -Materiały dydaktyczne dla uczestników (na nośnikach cd oraz w formie papierowej)                      -Listy gratulacyjne dla wyróżniających się uczestników Forum /uczniów i ich opiekunów/                      Zajęcia warsztatowe dla uczniów uzdolnionych matematycznie prowadzone przez wykładowców z wyższych uczelni.                      Prezentacja działań Mazowsza na rzecz wspierania uczniów zdolnych.                      Fotoreportaże z Forum MMM na stronie internetowej Wydziału,                      Relacje w lokalnych mediach.</p>	Upowszechnienie informacji o wspieraniu przez Marszałka Mazowsza uczniów uzdolnionych w zakresie nauk ścisłych: -stypendia dla uczniów, -opieka nad uczestnikami projektu Mazowieckie Talenty	28 marca - 20 grudnia 2011 r.  (konferencja inauguracyjna a 23 marca 2011r. ) MSCDN Wydział Radom	7 000 zł
------	--	--	--	---	---	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Forum Mazowieckich Miłośników Matematyki skierowane jest do nauczycieli matematyki wszystkich typów szkół oraz uczniów realizujących projekt Mazowieckie Talenty. Na inaugurację Forum zaprosimy Marszałka Województwa Mazowieckiego, przedstawicieli DEPiS oraz przedstawicieli Kuratorium Oświaty. W ramach Forum zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja działań Mazowsza na rzecz wspierania uczniów zdolnych. Przedstawiony zostanie program i harmonogram zajęć warsztatowych dla uczniów uzdolnionych matematycznie. Przewidujemy 40 godzin dydaktycznych warsztatów dla uczniów uzdolnionych matematycznie. Zajęcia poprowadzą wykładowcy z wyższych uczelni oraz nauczyciele konsultanci MSCDN. Efekty działań w ramach Forum MMM będą udokumentowane i prezentowane na stronach www MSCDN oraz w lokalnych mediach. Wszystkie materiały informacyjne, dydaktyczne i promocyjne będą opatrzone barwami i logo Mazowsza.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1h	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Siedlcach	Konferencja: Europejski Dzień Języków  Uczestnicy: 150 – 200 uczestników z terenu miasta Siedlce, powiatów: siedleckiego, garwolińskiego, łosickiego, sokołowskiego, węgrowskiego	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone będą w szkołach i placówkach oświatowych, mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządów terytorialnych,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane, które zostaną skierowane do dyrektorów oraz nauczycieli szkół, przedszkoli i innych placówek opiekuńczo-wychowawczych (do 200 osób).</li> <li>- Strona internetowa MSCDN zawierająca niezbędne informacje na temat cyklicznych konferencji „Europejski Dzień Języków”.</li> <li>- Informacja w lokalnych mediach.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Warsztaty dla nauczycieli języków obcych.</li> <li>- Degustacja potraw z różnych stron świata.</li> <li>- Oferta wydawnicza wspierająca nauczanie języków obcych.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.siedlce.mscdn.pl">www.siedlce.mscdn.pl</a></li> <li>- Zamieszczenie informacji pokonferencyjnej w Meritum oraz lokalnych mediach.</li> <li>- Fotoreportaż promujący naukę języków obcych, różnorodność językową Europy i zachęcający do udziału w kolejnych edycjach.</li> </ul>	Promowanie inicjatyw Rady Europy i Unii Europejskiej w zakresie europejskiej polityki językowej.	26 września 2011 r.	X
------	--	---	---	--	---------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja skierowana jest do dyrektorów i nauczycieli, zwłaszcza języków obcych, przedszkoli, szkół i placówek oświatowo-wychowawczych znajdujących się w Siedlcach, na terenie powiatów: siedleckiego, łosickiego, garwolińskiego, sokołowskiego, węgrowskiego. Zorganizowana zostanie we współpracy z: Ośrodkiem Rozwoju Edukacji w Warszawie, wydawnictwami podręczników do nauki języków obcych, Nove Kino, Restauracją Orientalną oraz Delegaturą Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Siedlcach. W ramach konferencji przeprowadzone zostaną warsztaty metodyczne dla nauczycieli języków obcych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1i	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Siedlcach	VIII Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Bezpieczeństwo człowieka a rozwój naukowo-techniczny” Uczestnicy: 100 uczestników (pracowników naukowych ok. 20 uczelni w kraju i za granicą, dyrektorów, nauczycieli ze szkół i placówek z terenu miasta Siedlce, powiatów: siedleckiego, garwolińskiego, łosickiego, sokołowskiego, węgrowskiego)	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone będą w szkołach i placówkach oświatowych, uczelniach wyższych, mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządów terytorialnych,</li> <li>- Zaproszenia personalizowane, które zostaną skierowane do pracowników naukowych uczelni w kraju i za granicą, przedstawicieli nadzoru pedagogicznego, dyrektorów oraz nauczycieli szkół, przedszkoli i innych placówek opiekuńczo-wychowawczych (do 150 osób).</li> <li>- Strona internetowa MSCDN zawierająca niezbędne informacje na temat cyklicznych konferencji „Bezpieczeństwo człowieka a ...”</li> <li>- Informacja w lokalnych mediach.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Banery reklamowe Urzędu Marszałkowskiego i MSCDN.</li> <li>- Materiały konferencyjne z logami Mazowsza i MSCDN.</li> <li>- Prelekcje pracowników MSCDN.</li> <li>- Publikacje MSCDN.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.siedlce.mscdn.pl">www.siedlce.mscdn.pl</a> oraz informacja pokonferencyjna w prasie lokalnej.</li> <li>- Publikacja pokonferencyjna.</li> </ul>	<p>Doskonalenie kadry naukowej, kierowniczej i pracowników MSCDN</p> <p>Doskonalenie kadry naukowej, kierowniczej i pracowników MSCDN</p>	X	X
------	--	---	---	---	---	---

**OPIS DZIAŁANIA**

MSCDN Wydział w Siedlcach od pierwszej konferencji z tego cyklu uczestniczy w jej organizacji. Jest to konferencja trzydniowa organizowana rokrocznie w dniach 7-9 września we współpracy z Drohiczyńskim Towarzystwem Naukowym, Uniwersytetem Przyrodniczo-Humanistycznym w Siedlcach, Seminarium Duchownym w Drohiczyźnie. Konferencja realizowana jest w formie sesji plenarnej i panelowej. Drugiego dnia konferencji obrady odbywają się w trzech sekcjach: edukacyjnej, filozoficznej i politologicznej. Odpowiedzialni jesteśmy za organizację i prowadzenie sekcji edukacyjnej. Konferencja uatrakcyjniana jest elementami wielokulturowości związanymi z jej tematem przewodnim. Pokłosiem każdej konferencji jest publikacja.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**



Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1j	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Ostrołęce	Konferencja podsumowująca projekt „Mazowieckie Talenty – Szkoła Wspierająca Uzdolnienia”. Uroczyste nadanie szkołom uczestniczącym w projekcie certyfikatów. (120 uczestników)	Przed konferencją: - Informacja (zaproszenie) na stronie internetowej MSCDN Wydział w Ostrołęce; - Link do projektu „Mazowieckie Talenty”; - Zaproszenia indywidualne (18 szkół biorących udział w projekcie oraz przedstawiciele organów prowadzących); - Zaproszenie zamieszczone w lokalnym radiu W trakcie konferencji: - Rollbaner jednostki (MSCDN Wydział w Ostrołęce); - Ekspozycja fotograficzna (szkolne fotoreportaże ilustrujące realizację projektu); - Certyfikaty „Szkoła Wspierająca Uzdolnienia”. Po konferencji: - Sprawozdanie z przebiegu przedsięwzięcia (strona internetowa Wydziału); - Komunikat pokonferencyjny.	Zamknięcie projektu; upowszechnianie projektów edukacyjnych nakierowanych na pracę z uczniem zdolnym.	styczeń 2011 r. (siedziba Wydziału)	800 zł promocja 1 200 zł koszt obsługi
------	--	---	--	--	--	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja wewnątrzregionalna skierowana do szkół powiatów: wyszkowskiego, makowskiego, ostrowskiego, przasnyskiego, ostrołęckiego i miasta Ostrołęka oraz przedstawicieli Jednostek Samorządu Terytorialnego (organów prowadzących). Konferencja z udziałem przedstawiciela Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego (patronat), przedstawiciela Mazowieckiego Kuratorium Oświaty oraz prezesa Polskiego Stowarzyszenia Kreatywności. Przedsięwzięcie zamyka projekt rozpoczęty 02.02.2009r.; jest jego podsumowaniem. W czasie konferencji nastąpi wręczenie certyfikatów szkołom biorącym udział w projekcie na tle prezentacji multimedialnych ilustrujących realizację projektu w poszczególnych szkołach.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1k	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Ostrołęce	Konferencja: Szkolnictwo zawodowe a lokalny rynek pracy". (100 uczestników)	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja (zaproszenie) na stronie internetowej MSCDN Wydział w Ostrołęce;</li> <li>- Zaproszenia indywidualne (nauczyciele szkół zawodowych oraz przedstawiciele pracodawców);</li> <li>- Zaproszenie zamieszczone w lokalnym radiu.</li> </ul> <p>W czasie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rollbaner jednostek (MSCDN Wydział w Ostrołęce, WUP);</li> <li>- Materiały konferencyjne dla uczestników (teczki z logo MSCDN, kwartalnik „Meritum”, płyta CD- kształcenie modułowe.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sprawozdanie z przebiegu konferencji (strona internetowa);</li> <li>- Fotoreportaż;</li> <li>- Komunikat konferencyjny (strona Wydziału).</li> </ul>	Upowszechnienie modułowego kształcenia zawodowego. Diagnozowanie oczekiwań pracodawców wobec absolwentów szkół zawodowych.	luty 2011 r. (siedziba Wydziału)	2 000 zł promocja 1 000 zł koszt obsługi
------	--	---	---	--	----------------------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja wewnątrzregionalna realizowana jako przedsięwzięcie wspólne z WUP, skierowana do nauczycieli przedmiotów zawodowych, dyrektorów szkół zawodowych, przedstawicieli JST, przedstawicieli WUP oraz pracodawców. Jej celem jest propozycja modułowego kształcenia zawodowego jako odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku pracy (prezentacja MSCDN); prezentacji wyposażenia techno – dydaktycznego (prezentacja ofert firm) szkół umożliwiającego wprowadzenie kształcenia modułowego. Będzie to również okazja do charakterystyki regionalnego rynku pracy i przedstawienia w panelu dyskusyjnym oczekiwań pracodawców skierowanych do absolwentów szkół zawodowych, opublikowanych następnie w komunikacie konferencyjnym Wydziału.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce Województwo pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.11	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Ostrołęce	Konferencja „Prezydencja Polski w Radzie Unii Europejskiej” – przedsięwzięcie poświęcone przewodnictwu Polski w Unii Europejskiej. (140 uczestników)	Przed konferencją: - Informacja (zaproszenie) na stronie internetowej MSCDN Wydział w Ostrołęce; - Zaproszenia indywidualne; - Zaproszenie zamieszczone w lokalnym radiu. W czasie konferencji: - Rollbaner jednostki (MSCDN Wydział w Ostrołęce); Po konferencji: - Sprawozdanie z przebiegu konferencji (strona internetowa); - Fotoreportaż; - Komunikat konferencyjny (strona Wydziału).	Upowszechnianie wiedzy na temat czym jest prezydencja Polski w Unii Europejskiej	kwiecień 2011 r. (siedziba Wydziału)	600 zł promocja 1 200 zł koszt obsługi
------	--	--	---	--	--------------------------------------	---

#### OPIS DZIAŁANIA

Konferencja wewnątrzregionalna skierowana do dyrektorów i nauczycieli szkół z powiatów:

W ramach konferencji zaplanowano wykład (Wydział Dziennikarstwa UW) na temat: „Czym jest prezydencja Polski w Unii Europejskiej; wystąpienia europarlamentarzystów regionu oraz prezentację „Lekcji o prezydencji” przeznaczoną dla uczniów wszystkich typów szkół (Regionalne Centrum Informacji Europejskiej).

#### **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.11	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Ostrołęce	Festiwal nauki – w ramach projektu Systemowego „Mazowieckie Centra Talentu i Kariery” (komponent Młodzieżowa Akademia Umiejętności). (350 uczestników) <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b>	<p>Przed przedsięwzięciem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne skierowane do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych;</li> <li>- Zaproszenia imienne do szkół oraz informacja o przedsięwzięciu na stronie internetowej MSCDN;</li> <li>- Link do interaktywnego portalu strony MCTiK (zawierającego m.in.: prezentacje osiągnięć uczniów, fora dyskusyjne, muzeum techniki i ciekawostek nauki, ...)</li> <li>- Informacja w lokalnych stacjach radiowych.</li> </ul> <p>W trakcie przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Baner Festiwalu – w eksponowanym miejscu CTK;</li> <li>- Plakietki z logo projektu rozdawane uczniom;</li> <li>- Ulotki reklamujące projekt MCTiK;</li> <li>- Rollbaner MSCDN Wydział w Ostrołęce;</li> <li>- Fotoreportaż ilustrujący realizację komponentu MCTiK – MUA;</li> </ul> <p>Po festiwalu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotoreportaż na stronie MSCDN i MSCDN Wydział w Ostrołęce;</li> </ul> <p>Film zrealizowany przez uczestników MAU.</p>	Celem konferencji jest propagowanie głównej idei projektu MCTiK – wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci i młodzieży w województwie mazowieckim (MAU).	czerwiec 2011 r.	koszt promocji w ramach kosztów promocji projektu; 4 000 zł koszt obsługi
------	--	--	---	--	------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Festiwal jest częścią projektu systemowego MCTiK (Komponent MAU), wpisującym się w działanie wewnątrzregionalne. Festiwal będzie prezentacją dokonań zrealizowanych w Komponentie MAU; w tej części zaprezentują się uczestnicy projektu z poszczególnych grup przedmiotowych. Prezentacje multimedialne z dziedziny fizyki, chemii, matematyki połączone z ekspozycjami doświadczalnymi zaprezentują prowadzący MAU wykładowcy z Uniwersytetu Warszawskiego, Politechniki Warszawskiej, Mazowieckiego Samorządowego Centrum Doskonalenia Nauczycieli. Planowana jest również ekspozycja Centrum Nauki Kopernik (wystawa objazdowa „Eksperymenty”). Festiwal planowany jest jako formuła upowszechniania nauk ścisłych; skierowana do uczniów i nauczycieli szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** Istnieje możliwość wykorzystania w materiałach związanych z realizacją festiwalu zamiast logo Marki Mazowsze w wersji podstawowej (czerwonej) piktogramu uzupełniającego w postaci planety, który obrazowałby tematykę przedsięwzięcia. Kolor piktogramu determinuje kolor logo czyli w tym przypadku byłoby ono w kolorze niebieskim (PANTONE Pro. Blue C). Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym UMWM i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka")

7.1m	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Ciechanowie	III Subregionalne Targi Edukacji i Pracy i konferencja inauguracyjna targi. Uczestnicy targów: 1500 osób z terenu całego Mazowsza Uczestnicy konferencji: 100 osób z terenu Mazowsza	Przed konferencją i targami: - Plakaty informacyjne, ulotki umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego. - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 200 osób. - Banner na stronie <a href="http://www.ciechanow.mscdn.pl">www.ciechanow.mscdn.pl</a> z zaproszeniem do udziału w konferencji i targach. - Informacja w lokalnej prasie. W trakcie konferencji i targów: - Ekspozycja MSCDN Wydział w Ciechanowie na bannerze, - Prezentacja multimedialna o działalności i ofercie placówki. - Materiały informacyjne, gadżety, drobne upominki. Po konferencji i targach: Relacja na stronie <a href="http://www.ciechanow.mscdn.pl">www.ciechanow.mscdn.pl</a> . Relacja w prasie lokalnej.	Rozpowszechnienie informacji o działalności i ofercie szkoleniowej MSCDN	kwiecień - maj 2011r. (według ustaleń z instytucjami współorganizującymi)	1 500 zł
------	--	--	--	--	---	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja regionalna skierowana do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego z terenu Mazowsza. W konferencji w dyskusji panelowej wezmą udział przedstawiciele instytucji samorządowych, pracodawcy oraz przedstawiciel MSCDN Wydział w Ciechanowie. III Subregionalne Targi Edukacji i Pracy skierowane są do osób zainteresowanych planowaniem kształcenia i kariery zawodowej (młodzieży, nauczycieli, i innych zainteresowanych osób). Targi mają m.in. przybliżyć specyfikę naszej placówki i zachęcić nauczycieli do korzystania z oferowanych przez nas szkoleń.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1n	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalecia Nauczycieli Wydział w Ciechanowie	Regionalna konferencja podsumowująca XXIV edycję konkursu matematycznego „Liga zadaniowa”. Uczestnicy: 100 osób z terenu powiatów: ciechanowskiego, płońskiego, pułuskiego, żuromińskiego, mławskiego.	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia personalizowane skierowane do 150 osób</li> <li>- Banner na stronie <a href="http://www.ciechanow.mscdn.pl">www.ciechanow.mscdn.pl</a> z zaproszeniem do udziału w konferencji</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja MSCDN Wydział w Ciechanowie na bannerze,</li> <li>- Prezentacja multimedialna promująca działania MSCDN Wydział w Ciechanowie.</li> <li>- Prezentacja podsumowująca roczną pracę nad konkursem.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja i fotoreportaż z imprezy na stronie <a href="http://www.ciechanow.mscdn.pl">www.ciechanow.mscdn.pl</a></li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o działaniach MSCDN Wydział w Ciechanowie, w tym o konkursie „Liga zadaniowa”	4 czerwca 2011r.	1 500 zł
------	--	---	---	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja podsumowująca XXIV edycję konkursu „Liga zadaniowa” skierowana jest do dyrektorów szkół podstawowych i gimnazjów, nauczycieli matematyki przygotowujących uczniów do konkursu oraz biorących udział w pracach komisji konkursowych, uczniów nagrodzonych i wyróżnionych w konkursie oraz ich rodziców/opiekunów. W ramach konferencji planowane są prezentacje: promujące działania MSCDN Wydział w Ciechanowie, podsumowujące roczną pracę nad konkursem oraz prezentującą wyniki uczniów. Konferencja ma na celu nie tylko rozpowszechnić informacje o działaniach MSCDN Wydział w Ciechanowie, ale również aktywizować środowiska nauczycieli matematyki na rzecz pracy z młodzieżą zainteresowaną poznawaniem matematyki. Podczas imprezy planowany jest dla uczniów Mini konkurs z nagrodami.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1o	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Warszawie	Projekt edukacyjny „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza” mający na celu stworzenie wsparcia dla sieci szkół dwujęzycznych w naszym województwie. Uczestnicy: 150 osób z województwa mazowieckiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego</li> <li>• Zaproszenia do dyrektorów szkół i nauczycieli szkół dwujęzycznych z terenu Mazowsza do udziału w projekcie</li> <li>• Strona internetowa projektu MSCDN zawierająca niezbędne informacje na temat projektu „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza”</li> <li>• Obszerna informacja w lokalnych mediach i w Meritum dotycząca przebiegu projektu</li> <li>• Warsztaty o charakterze językowo-metodycznym z podziałem na języki</li> <li>• Konferencja podsumowująca projekt – prezentacja przedsięwzięć zrealizowanych w trakcie projektu</li> <li>• Broszura informacyjna zawierająca osiągnięcia poszczególnych placówek uczestniczących w projekcie oraz statystykę.</li> </ul>	Upowszechnienie informacji o projekcie „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza”, promowanie idei dwujęzyczności	marzec 2011 r.	2000zł
					kwiecień/maj 2011 r.	1000zł
					maj 2011 r.	8000zł
					czerwiec 2011 r.	3000zł
					wrzesień 2011 r.	2000zł

**OPIS DZIAŁANIA**

Projekt edukacyjny „Szkoly dwujęzyczne Mazowsza” ma na celu promowanie nauczania dwujęzycznego i idei CLIL (nauczanie przedmiotowo-językowe). Działania szkół dwujęzycznych dwujęzycznych zgodne są dwujęzycznych wychodzą naprzeciw europejskiej polityce językowej, która stawia na wielojęzyczność i wielokulturowość. MSCDN poprzez realizację projektu przyczyni się do wzmocnienia sieci szkół i upowszechnienia zasad nauczania przedmiotowo-językowego. Podczas realizacji projektu szkoły dwujęzyczne będą miały okazję przedstawić swoje dotychczasowe osiągnięcia. Nauczycieli będą uczestniczyć w warsztatach podnoszących ich umiejętności metodyczne i językowe. Projekt będzie realizowany we współpracy ze szkołami dwujęzycznymi, Ogólnopolskim Stowarzyszeniem Dwujęzyczności „Bilinguis” oraz z Ministerstwem Edukacji Narodowej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1p	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Warszawie	Cykl Konferencji „IT dla Edukacji, czyli nowoczesne przedszkola” „IT dla Edukacji, czyli nowoczesne szkoły podstawowe” „IT dla Edukacji, czyli nowoczesne gimnazja” Uczestnicy: 3x 150 uczestników	Przed konferencją: * Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, * Zaproszenia personalizowane, skierowane do poszczególnych typów szkół/placówek oświatowych * Banner konferencyjny na stronie MSCDN Wydział w Warszawie * Informacja w lokalnych mediach. W trakcie konferencji: * Warsztaty metodyczne dla nauczycieli. Po konferencji: * Relacja na stronie <a href="http://www.mscdn.edu.pl">www.mscdn.edu.pl</a> * Zamieszczenie informacji pokonferencyjnej w formie publikacji zwartej MSCDN (w tym materiałów metodycznych),	Promocja nowoczesnych metod pracy z wykorzystaniem IT	maj 2011 r.	8 000 zł
------	--	---	---	---	-------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja skierowana jest do dyrektorów i nauczycieli przedszkoli, szkół z terenu Województwa Mazowieckiego. Zorganizowana zostanie we współpracy z: Akademią Pedagogiki Specjalnej i firmami promującymi sprzęt multimedialny. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje działań nauczycieli, panel dyskusyjny oraz wykład. Konferencja ma zachęcić uczestników do włączenia w proces edukacyjny nowoczesnych technik multimedialnych nowoczesnych technik nauczania oraz zachęcić nauczycieli do wymiany doświadczeń.



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1r	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonaleń Nauczycieli Wydział w Warszawie	Konkurs Współ w zespół – czyli zróbmy to razem  Uczestnicy: 50 szkół	* Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, * Zaproszenia personalizowane, skierowane do poszczególnych typów placówek * Impreza finałowa * Nagrody dla uczestników	Zainteresowanie szkół projektami promującymi rozwój umiejętności kluczowych młodzieży.	maj-czerwiec 2011 r.	2 000 zł
				Wsparcie nauczycieli podejmujących nowatorskie działania edukacyjne		1 000 zł
				Promowanie multimediów w edukacji		2 500 zł
						5000 zł

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs WESPÓŁ W ZESPÓŁ to program skierowany do uczniów i nauczycieli szkół gimnazjalnych wspierający uczestnictwo młodzieży w zajęciach pozalekcyjnych. Zachęca do podejmowania wspólnych, zespołowych działań na rzecz środowiska jednocześnie służąc indywidualnemu rozwojowi zarówno uczniów jak i pedagogów oraz promuje idee społeczeństwa informacyjnego wykorzystującego multimedia w procesie dydaktyczno-wychowawczy. Konkurs polegać będzie na zastosowaniu metody projektu w rozwiązaniu istotnego dla szkoły lub najbliższego środowiska zadania z obszaru tematycznego Promocja zdrowia. Mogą w nim uczestniczyć zespoły składające się z uczniów, nauczycieli, rodziców, pracowników gimnazjum i innych sojuszników szkoły. Szkoła może zgłosić do konkursu więcej niż jeden zespół pod warunkiem, że każdy z nich podejmie inny temat projektu. Ocenie poddana zostanie prezentacja multimedialna dokumentująca przebieg projektu i dokonań zespołu reprezentującego szkołę, wykonana przez uczniów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.  
**Uwagi dodatkowe:** W miarę możliwości warto w konkursie poruszyć tematykę wiedzy o regionie. Badania pokazują bowiem, że mieszkańcy Mazowsza posiadają wiedzę o własnych subregionach (płockim, ostrołęckim, siedleckim, radomskim, ciechanowskim) a nie postrzegają Mazowsza jako całości.

7.1s	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Warszawie	Konferencja inauguracyjna projekt z Programu „Uczenie się przez całe życie” pt.,INNOVACREAWORK- Enterprise as Innovation to Create New Work Places at Time of Global Crisis”.  Uczestnicy: 300 osób z terenu całego Mazowsza	Przed konferencją: - Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 800 osób. - Strona internetowa projektu INNOVACREAWORK - Banner na stronie <a href="http://www.mscdn.edu.pl">www.mscdn.edu.pl</a> z przekserowaniem na stronę projektu. W trakcie konferencji: Materiały informacyjne o Programie „Uczenie się przez całe życie”, Materiały edukacyjne promujące działania MSCDN z 11 instytucjami europejskim w ramach projektu LLP- Leonardo da Vinci w Programie TOI- Transfer Innowacji Wystawa prac powstałych podczas współpracy międzynarodowej Po konferencji: Relacja na stronie <a href="http://www.mscdn.edu.pl">www.mscdn.edu.pl</a> oraz na stronie projektu.	Upowszechnienie informacji projekcie realizowanym w ramach współpracy z 11 instytucjami europejskimi w Programie LLP_ Leonardo da Vinci- Transfer Innowacji	13 stycznia 2011r	20 000 zł
------	--	--	--	---	-------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Celem konferencji skierowanej do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego, kadry kierowniczej i nauczycieli szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z terenu Mazowsza jest przedstawienie założeń projektu „INNOVACREAWORK Enterprise as Innovation to Create New Work Places at Time of Global Crisis”, z ukierunkowaniem na kompetencje społeczne i obywatelskie w zakresie nabywania umiejętności kreatywności i przedsiębiorczości w warunkach globalnego kryzysu, upowszechnianie innowacyjnych metod we współpracy międzynarodowej w zakresie tematyki projektu. Celem międzynarodowej konferencji skierowanej dla kadry kierowniczej i nauczycieli szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych jest wymiana doświadczeń i dobrych praktyk we współpracy europejskiej oraz przeprowadzenie warsztatów metodycznych na temat upowszechniania innowacyjnego programu przedsiębiorczości i kreatywności wspomagającego tworzenie nowych miejsc pracy w dobie globalnego kryzysu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1t	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Warszawie	Konferencja międzynarodowa w okresie Polskiej Prezydencji w Radzie Unii Europejskiej	<p><u>Przed konferencją:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, szkołach gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych</li> <li>- Zaproszenia personalizowane – skierowane do 300 osób</li> <li>- Strona internetowa projektu INNOVACREAWORK</li> <li>- Banner na stronie www.mscdn.edu.pl z przekserowaniem na stronę projektu.</li> </ul> <p><u>W trakcie konferencji:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Przekazanie i adaptacja programu edukacyjnego „LHTBAE” z ANPE/Hiszpania dotyczącego przedsiębiorczości i kreatywności w znajdowaniu nowych miejsc pracy w dobie globalnego kryzysu</li> <li>- Wymiana doświadczeń europejskich i wskazanie na przykłady dobrych praktyk</li> <li>- European Fair: wystawa zorganizowana przez kraje uczestniczące w projekcie</li> </ul> <p><u>Po konferencji:</u></p> <p>Relacja na stronie www.mscdn.edu.pl oraz na stronie projektu</p>	Upowszechnianie idei projektu i dobrych praktyk z udziałem przedstawicieli 11 instytucji europejskich współpracujących w Projekcie	5-8 lipca 2011 r.	40 000 zł
------	--	--	--	--	-------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Celem konferencji skierowanej do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego, kadry kierowniczej i nauczycieli szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z terenu Mazowsza jest przedstawienie założeń projektu „INNOVACREAWORK Enterprise as Innovation to Create New Work Places at Time of Global Crisis”, z ukierunkowaniem na kompetencje społeczne i obywatelskie w zakresie nabywania umiejętności kreatywności i przedsiębiorczości w warunkach globalnego kryzysu, upowszechnianie innowacyjnych metod we współpracy międzynarodowej w zakresie tematyki projektu. Celem międzynarodowej konferencji skierowanej dla kadry kierowniczej i nauczycieli szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych jest wymiana doświadczeń i dobrych praktyk we współpracy europejskiej oraz przeprowadzenie warsztatów metodycznych na temat upowszechniania innowacyjnego programu przedsiębiorczości i kreatywności wspomagającego tworzenie nowych miejsc pracy w dobie globalnego kryzysu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.1u	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Warszawie	Gala konkursu „Innowator Roku 2011 w Oświacie”  Uczestnicy: 100 osób z terenu całego Mazowsza	Przed galą: - Plakaty informacyjne o konkursie umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 100 osób. - Listy intencyjne do sponsorów. W trakcie gali: - Stanowiska promocyjne dla szkół i nauczycieli z szerokiego kręgu laureatów - Statuetki dla zdobywców trzech pierwszych miejsc w kategoriach: innowacyjna szkoła, innowacyjny nauczyciel, nowatorski scenariusz zajęć edukacyjnych, twórczy młodego nauczyciel -Wystawa prac twórczych nauczycieli - Wystawa prac nauczycieli – artystów amatorów - Koncert muzyczny dla laureatów i gości zaproszonych na galę. Po gali: -Relacja na stronie <a href="http://www.mscdn.edu.pl">www.mscdn.edu.pl</a> z przebiegu gali konkursowej. - Publikacja – Prezentacja prac laureatów konkursu „Innowator Roku w Oświacie” – edycje 2009, 2010,2011. - Podziękowania dla sponsorów.	Rozpowszechnienie informacji o konkursie „Innowator Roku 2011 w Oświacie” organizowanym przez MSCDN, podsumowanie dokonań nauczycieli innowatorów na Mazowszu	27 października 2011 r.	6 000 zł
------	--	---	--	---	-------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Rozstrzygnięcie konkursu, którego celem jest promowanie na Mazowszu kreatywnych postaw nauczycieli oraz innowacyjnych działań szkół/placówek oświatowych. Laureaci konkursu otrzymają statuetki z tytułem Innowator Roku nadawanym w kategoriach: Innowacyjna szkoła/placówka oświatowa, Innowacyjny nauczyciel, Nowatorski scenariusz zajęć edukacyjnych. Konkurs Innowator Roku 2011 jest kontynuacją inicjatywy, podjętej w 2009 roku przez MSCDN Wydział w Warszawie w ramach Forum Nauczycieli Innowatorów objętego patronatem Europejskiego Roku Kreatywności i Innowacji. Od 2011 roku wprowadzona zostaje czwarta kategoria konkursowa na pamiątnik twórczego młodego nauczyciela. Podczas gali prezentować będą swoje innowacyjne działania szkoły i pojedynczy nauczyciele. Zorganizowana zostanie wystawa prac uczniów oraz nauczycieli artystów amatorów. Galę uświetni występ dziecięcego lub młodzieżowego zespołu, posiadającego już swój dorobek artystyczny. Gala – rozstrzygnięcie kolejnej edycji konkursu - będzie także okazją do popularyzacji wartych rozpowszechnienia projektów edukacyjnych, zachętą do podjęcia trudu bycia innowatorem oraz miejscem integracji osób, które popierają ideę nowatorstwa pedagogicznego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** W miarę możliwości warto w konkursie poruszyć tematykę wiedzy o regionie. Badania pokazują bowiem, że mieszkańcy Mazowsza posiadają wiedzę o własnych subregionach (płockim, ostrołęckim, siedleckim, radomskim, ciechanowskim) a nie postrzegają Mazowsza jako całości.

7.1w	Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli Wydział w Warszawie	Projekt edukacyjny Połowa drogi * Konferencja informująca o projekcie edukacyjnym Połowa drogi i badaniach diagnostycznych przeprowadzanych wiosną 2011, obejmujących uczniów klas drugich ponadgimnazjalnych. *	zaproszenia kierowane do szkół i nauczycieli matematyki informacje na stronie internetowej <a href="http://www.polowadrogi.mscdn.pl">www.polowadrogi.mscdn.pl</a> przewidywana liczba uczestników: 140 osób.	Upowszechnienie informacji o projekcie Połowa drogi, o możliwości uczestnictwa w badaniach projektu	luty-marzec 2011 r.	20 000 zł
		Przeprowadzenie sprawdzianu Połowa drogi * Konferencja informująca o projekcie edukacyjnym Połowa drogi i badaniach diagnostycznych przeprowadzanych jesienią 2011, obejmujących uczniów klas pierwszych ponadgimnazjalnych. * Przeprowadzenie sprawdzianu Po gimnazjum:	Przewidywana liczba uczniów uczestniczących w sprawdzianie wiosennym: 30000. zaproszenia kierowane do szkół i nauczycieli matematyki informacje na stronie internetowej <a href="http://www.polowadrogi.mscdn.pl">www.polowadrogi.mscdn.pl</a> przewidywana liczba uczestników :140 osób.		kwiecień 2011 r.	
			Przewidywana liczba uczniów uczestniczących w sprawdzianie wiosennym : 25000.		wrzesień 2011 r.	17 000 zł

## OPIS DZIAŁANIA

Połowa drogi to projekt edukacyjny realizowany pod patronatem Mazowieckiego Kuratora Oświaty. Nauczyciele matematyki, uczący w mazowieckich szkołach ponadgimnazjalnych, mogą uczestniczyć w badaniach nad rozwojem umiejętności matematycznych swoich uczniów. Uczestnictwo w badaniach jest dobrowolne i bezpłatne. W ramach projektu przewidziano wyposażenie nauczycieli w narzędzia diagnostyczne dla uczniów klas pierwszych i drugich szkół ponadgimnazjalnych, obejmujące wystandaryzowane arkusze sprawdzianów wraz z aplikacjami informatycznymi umożliwiającą nauczycielom przeprowadzenie ewaluacji kształtującej szkolne systemy nauczania matematyki.

## **OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>(7.2) Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie</b>						
<b>7.2a</b>	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Wizyta studyjna „Media cyfrowe w pracy bibliotekarzy”	<p>Przed wizytą studyjną:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publikacja informacji w katalogu międzynarodowym wizyt studyjnych,</li> <li>- Informacja na stronie internetowej OEliZK <a href="http://oeiizk.waw.pl">http://oeiizk.waw.pl</a>.</li> </ul> <p>W trakcie wizyty studyjnej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocja wybranych placówek edukacyjno – oświatowych z terenu Mazowsza,</li> <li>- Materiały promocyjne o Warszawie i Mazowszu w języku angielskim.</li> </ul> <p>Po wizycie studyjnej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie internetowej OEliZK,</li> <li>- Relacja w magazynach branżowych.</li> </ul>	Rozpowszechnianie informacji i przykładów dobrej praktyki na temat zastosowania mediów cyfrowych w pracy bibliotekarzy na przykładzie instytucji działających w regionie Mazowsza	wrzesień 2011 r. – czerwiec 2012r.	X
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Wizyta studyjna jest skierowana do kadry zarządzającej, ekspertów i specjalistów w zakresie kształcenia. Będzie odbywała się na terenie Mazowsza. W wizycie wezmą udział pracownicy OEliZK a także reprezentanci krajów Unii Europejskiej, oraz przedstawiciele placówek edukacyjnych i bibliotek. Podczas wizyty studyjnej uczestnicy zdobędą informacje, oraz poznają przykłady dobrej praktyki w zakresie zastosowania mediów cyfrowych w pracy bibliotekarzy.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u>						
Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze (w j. angielskim) i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i> .						
<b>7.2b</b>	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Projekt Międzynarodowy w ramach programu Leonardo da Vinci Transfer Innowacji „ICT for IST”	Rok 2011 będzie drugim rokiem trwania projektu. Realizacja działań odbywa się między innymi poprzez pracę w trakcie wizyt roboczych projektu, oraz drogą elektroniczną. Uczestnicy projektu otrzymują materiały promocyjne dotyczące Warszawy i Mazowsza w języku angielskim. Została uruchomiona strona internetowa projektu <a href="http://ictforist.oeiizk.waw.pl">http://ictforist.oeiizk.waw.pl</a> , do której link umieszczony jest na stronach internetowych instytucji partnerskich.	Opracowanie i upowszechnienie narzędzi informatycznych wspierających nauczanie przedmiotów przyrodniczych	grudzień 2009 r. – listopad 2011 r.	X
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
W projekcie „ICT for IST” biorą udział wyższe uczelnie i placówki doskonalenia nauczycieli z pięciu krajów europejskich. Podczas pracy projektowej odbywają się między innymi spotkania robocze przedstawicieli partnerów, warsztaty dla nauczycieli, prace badawcze, opracowania materiałów szkoleniowych dla nauczycieli itp.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze (w j. angielskim) i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.2c	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	Konferencja Jubileuszowa z okazji XX – lecia Ośrodka Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacja o konferencji na stronie OEliZK,</li> <li>- Personalizowane zaproszenia.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiały konferencyjne zawierające materiały reklamowe OEliZK, oraz informacje dotyczące Mazowsza,</li> <li>- Rozstawienie roll-upów i bannerów.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relacja na stronie internetowej Ośrodka <a href="http://oeiizk.waw.pl">http://oeiizk.waw.pl</a>.</li> </ul>	X	wrzesień 2011r.	X
------	---	--	---	---	-----------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Z okazji XX-lecia placówki zostanie zorganizowana Konferencja Jubileuszowa połączona z uroczystą kolacją. Podczas konferencji referaty wygłoszą zaproszeni goście oraz nauczyciele konsultanci OEliZK. Uczestnicy otrzymają materiały reklamowe OEliZK oraz materiały dotyczące regionu Mazowsze. Na konferencji Jubileuszowej z okazji XV-lecia placówki mieliśmy przyjemność gościć Pana Prof. Dr hab. Macieja M. Sysła (Instytut Informatyki Uniwersytetu Warszawskiego), Pana Prof. Dr hab. Krzysztofa Diksa (Wydział Matematyki, Informatyki i Mechaniki Uniwersytetu Warszawskiego), Pana Laurence Rogersa (University of Leicester), Panią Ewę Mioduszewską (Universiteit van Amsterdam). Planujemy zaprosić gości tej samej rangi na konferencję z okazji XX-lecia



**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

7.2d	Ośrodek Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie	X Zjazd Opiekunów Szkolnych Pracowni Internetowych „Mrozy 2011”	Przed Zjazdem: - Plakaty informacyjne rozmieszczone w siedzibach Ośrodka, - zaproszenia, - strona internetowa Zjazdu. W trakcie Zjazdu: - materiały konferencyjne zawierające materiały promujące region Mazowsze, - Rozstawione roll-upy, bannery. Po Zjeździe: - Relacja na stronie Zjazdu, - Relacja na stronie internetowej Ośrodka <a href="http://oeiizk.waw.pl">http://oeiizk.waw.pl</a> , - Artykuł w prasie.	X	maj 2011 r.	X
------	---	---	---	---	-------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

W 2011 roku odbędzie się Jubileuszowy Zjazd Opiekunów Szkolnych Pracowni Internetowych. Zjazdy organizowane są w Mrozach od 2002 roku i skupiają nauczycieli informatyki z całego kraju. Co roku Zjazdy cieszą się ogromnym zainteresowaniem. Podczas trzydniowego Zjazdu zaplanowany jest Panel Samorządowy, warsztaty, wykłady, Noc Systemożerców, ognisko, oraz mecz piłki nożnej: Mrozy – Reszta Świata. Uczestnicy otrzymają materiały konferencyjne promujące region Mazowsze.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(7.3) Biblioteka Pedagogiczna w Płocku - (działania tej jednostki zostały zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Płocku)**

7.3a	Biblioteka Pedagogiczna w Płocku	Konkurs plastyczny „Ćwicz pomaganie innym”. Uczestnicy: 100 osób  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Płocku)</b>	<u>Przed konkursem:</u> - Zaproszenia na papierze firmowym (zawierającym logo Marki Mazowsze) skierowane do szkół. - Strona internetowa projektu - <a href="http://www.bp.plock.edu.pl">www.bp.plock.edu.pl</a> - Rozmieszczenie plakatów informacyjnych w szkołach. - Przygotowanie pakietu tematycznego na temat wolontariatu w oparciu o zbiory Biblioteki. <u>W trakcie konkursu:</u> - Zajęcia na temat idei Wolontariatu <u>Po konkursie:</u> - Otwarcie wystawy pokonkursowej. - Wręczenie nagród i wyróżnień. - Relacja na stronie <a href="http://www.bp.plock.edu.pl">www.bp.plock.edu.pl</a> - Relacja w prasie lokalnej.	Popularyzacja wiedzy na temat idei wolontariatu.	1 – 31 marca 2011 r. BP w Płocku	400 zł
------	----------------------------------	--	---	--	-------------------------------------	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konkurs skierowany do uczniów szkół gimnazjalnych z powiatów: płockiego grodzkiego, płockiego ziemskiego, gostynińskiego i sierpeckiego. Konkurs ma zachęcić do włączenia się w działalność lokalną i europejską, uwrażliwić młodzież na potrzeby innych w związku z ogłoszeniem przez Radę UE roku 2011 „Europejskim Rokiem Działalności Wolontariackiej na rzecz aktywnego obywatelstwa”.  
Wszyscy uczestnicy konkursu zostaną uhonorowani nagrodami.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o konkursie a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej.

7.3b	Biblioteka Pedagogiczna w Płocku	III Konkurs Pięknego Czytania. Uczestnicy: 30 osób  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Płocku)</b>	<p><u>Przed konkursem:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia na papierze firmowym (zawierającym logo Marki Mazowsze) skierowane do szkół i przedszkoli.</li> <li>- Strona internetowa projektu – <a href="http://www.bp.plock.edu.pl">www.bp.plock.edu.pl</a></li> </ul> <p><u>W trakcie konkursu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Przesłuchania uczestników i ocena przez jury.</li> </ul> <p><u>Po konkursie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wręczenie nagród i wyróżnień.</li> <li>- Relacja na stronie <a href="http://www.bp.plock.edu.pl">www.bp.plock.edu.pl</a></li> <li>- Relacja w prasie lokalnej.</li> </ul>	Popularyzacja literatury polskiej i kształtowanie umiejętności pięknego czytania.	19 maja 2011 r. Aula III LO w Płocku	200 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
<p>Konkurs skierowany do uczniów wszystkich grup wiekowych, a także do dzieci w wieku przedszkolnym, posiadających szczególne umiejętności w zakresie czytania. W każdej kategorii wiekowej przyznana zostanie jedna główna nagroda. Wszyscy uczestnicy konkursu zostaną uhonorowani dyplomami pamiątkowymi.</p>						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o konkursie a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej.

7.3c	Biblioteka Pedagogiczna w Płocku	XVI Biesiada Literacka Uczestnicy: 50 osób  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Płocku)</b>	<u>Przed imprezą:</u> - Zaproszenia na papierze firmowym (zawierającym logo Marki Mazowsze) skierowane do szkół. - Strona internetowa projektu – <a href="http://www.bp.plock.edu.pl">www.bp.plock.edu.pl</a> <u>W trakcie imprezy:</u> - Prezentacja utworów i ich ocena przez jury. <u>Po imprezie:</u> - Wręczenie nagród i wyróżnień. - Relacja na stronie <a href="http://www.bp.plock.edu.pl">www.bp.plock.edu.pl</a> - Relacja w prasie lokalnej.	Pobudzenie aktywności twórczej uczniów, umożliwienie im zaprezentowania własnej twórczości, inspirowanie do realizacji pasji i zainteresowań humanistycznych.	17 listopada 2011 r. Aula III LO w Płocku	300 zł
------	----------------------------------	--	--	---	--	--------

**OPIS DZIAŁANIA**

Impreza skierowana do uczniów ze szkół ponadgimnazjalnych z powiatów: płockiego grodzkiego, płockiego ziemskiego, gostynińskiego, sierpeckiego. Młodzi twórcy sami prezentują jeden własny utwór (np. wiersz czy fragment prozy: opowiadanie, pamiętnik, esej, felieton), a następnie przekazują tekst jury, które wskazuje utwory zasługujące na wyróżnienie. Wszyscy uczestnicy biesiady dostają pamiątkowe souvenir.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM w zakresie zamieszczenia informacji o konkursie a później relacji z niego na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i w Kronice Mazowieckiej.

**(8) Departament Nieruchomości i Nadzoru Właścicielskiego****8.1 Koleje Mazowieckie - KM sp. z o.o.**

<b>8.1a</b>	Koleje Mazowieckie - KM sp. z o.o.	Dni Transportu Publicznego Uczestnicy: Mieszkańcy Stolicy i Mazowsza	Przed DTP: - Plakaty informacyjne umieszczone w kasach KM, taborze, ulotki informacyjne - Informacje na stronie internetowej <a href="http://www.mazowieckie.com.pl">www.mazowieckie.com.pl</a> W trakcie DTP: - Ekspozycja taboru KM - Stoisko informacyjne - Uruchomienie szynobusu Po DTP: Relacja na stronie <a href="http://www.mazowieckie.com.pl">www.mazowieckie.com.pl</a> Relacja w magazynie branżowym Spółki	promocja komunikacji miejskiej i kolejowej rozumiana jako: - zachęcanie mieszkańców Warszawy do korzystania ze środków transportu zbiorowego; - budowanie pozytywnego wizerunku komunikacji miejskiej; - ukazywanie zalet kolei aglomeracyjnej i dalekobieżnej; - ukazywanie nowych inicjatyw; - kultywowanie tradycji i historii transportu.	wrzesień 2011 r.	25 000 zł
-------------	------------------------------------	--	---	--	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Podczas Dni Transportu Publicznego odbędzie się prezentacja pojazdów, zwiedzanie zaplecza technicznego oraz nowoczesnego taboru uruchamianego przez KM. Nastąpi prezentacja Spółki Koleje Mazowieckie jako lokalnego przewoźnika oraz rozwiązań, które Spółka wdraża, by zapewnić nowoczesne rozwiązania służące poprawie transportu zbiorowego.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Proponowany jest kontakt z Wydziałem Marketingu Terytorialnego w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki lub Departamentem Nieruchomości i Infrastruktury w celu rozważenia przygotowania stoiska promocyjnego Mazowsza.

8.1b	Koleje Mazowieckie - KM sp. z o.o.	<p>Dzień Kolejarza</p> <p>Uczestnicy: Pracownicy Spółki KM, władze innych spółek kolejowych, władze Samorządu Województwa Mazowieckiego</p>	<p>Przed Dniem Kolejarza: -Informacje o planowanych działaniach w prasie branżowej, wewnętrznym miesięczniku Spółki -Personalizowane zaproszenia na uroczystość</p> <p>W trakcie Dnia Kolejarza: Ekspozycja systemu identyfikacji wizualnej KM oraz Województwa na bannerach oraz roll-upach</p> <p>Po Dniu Kolejarza: -relacja na stronie internetowej <a href="http://www.mazowieckie.com.pl">www.mazowieckie.com.pl</a> -relacja w wewnętrznym miesięczniku Spółki</p>	<p>Promocja kolei jako jednego ze środków transportu. Prezentacja oraz promocja zawodu kolejarza oraz promocja właściciela, czyli Samorząd Województwa Mazowieckiego.</p>	listopad 2011 r.	60 000 zł
------	------------------------------------	---	---	---	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Dzień Kolejarza skierowany jest do pracowników Spółki oraz pracowników innych podmiotów kolejowych. Na uroczystości zaproszeni są przedstawiciele Samorządu Województwa Mazowieckiego. Podczas uroczystych obchodów święta kolejarzom przyznawane są odznaczenia: Zasłużony dla Transportu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

8.1c	Koleje Mazowieckie - KM sp. z o.o.	Przekazanie do eksploatacji lokomotyw TRAXX Uczestnicy: Pracownicy Spółki KM, przedstawiciele właściciela, przedstawiciele firmy producenta, przedstawiciele spółek kolejowych w Polsce i Europie	<p>Przed przekazanie lokomotywy TRAXX:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Informacje o wydarzeniu w prasie branżowej i lokalnej</li> <li>-Personalizowane zaproszenia dla zaproszonych gości</li> <li>- Informacje na stronie internetowej <a href="http://www.mazowieckie.com.pl">www.mazowieckie.com.pl</a></li> </ul> <p>W trakcie przekazanie lokomotywy TRAXX:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspozycja lokomotywy oraz całego pociągu złożonego z lokomotywy oraz wagonów piętrowych podczas uroczystości</li> <li>-Stoisko informacyjne KM</li> <li>-przemówienia zaproszonych gości</li> <li>- część artystyczna</li> </ul> <p>Po przekazaniu lokomotywy TRAXX</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-relacja na stronie internetowej <a href="http://www.mazowieckie.com.pl">www.mazowieckie.com.pl</a></li> <li>-relacja w wewnętrznym miesięczniku Spółki</li> <li>-relacja w branżowych czasopismach poświęconych kolei oraz prasie ogólnopolskiej</li> <li>- relacje w TV, radiu oraz www</li> </ul>	Na początku września 2011 r. zostaną przekazane lokomotywy TRAXX, dzięki czemu eksploatowane przez Koleje Mazowieckie możliwości wagonów piętrowych będą mogły zostać w pełni wykorzystane. Uroczyste przekazanie ww. lokomotyw to świetny sposób na pokazanie Kolei Mazowieckich jako nowoczesnego przewoźnika, stale starającego się polepszyć warunki przewozu podróży.	wrzesień 2011 r.	60 000 zł
------	------------------------------------	---	--	--	------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Organizacja przekazania lokomotyw TRAXX to wspaniały sposób na zaprezentowanie Spółki jako nowoczesnego i rozwijającego się przewoźnika pasażerskiego. Pokazanie, nowego dostępnego dla naszych podróżnych taboru służyć będzie budowaniu marki Koleje Mazowieckie jako pierwszej, sprawnie funkcjonującej spółki samorządowo – przewozowej.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.



**(9) Departament Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji**

9a	Departament Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji	„Budowa systemu energii odnawialnej – kolektory słoneczne w zakładach opieki zdrowotnej, dla których organem tworzącym jest Samorząd Województwa Mazowieckiego”	Przez cały okres realizacji projektu: - przygotowanie i umieszczenie informacji o projekcie wraz z aktualizacją na stronach internetowych Instytucji Realizującej oraz zakładów opieki zdrowotnej, - przygotowanie i umieszczenie plakatów w Instytucji Realizującej oraz zakładach opieki zdrowotnej objętych projektem, - przygotowanie i umieszczenie tablic informacyjnych w miejscach realizacji inwestycji. Na zakończenie realizacji projektu: - przygotowanie i umieszczenie tablic pamiątkowych w miejscu realizacji inwestycji.	Celem realizacji działań informacyjno - promocyjnych będzie poinformowanie opinii publicznej o uzyskanym wsparciu w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy dla realizacji niniejszego projektu.	styczeń 2011r. - grudzień 2014 r.	51 776 zł
----	---	---	--	---	--------------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

1. Działania informacyjno - promocyjne zapewnia podniesienie świadomości o znaczeniu bezzwrotnej pomocy finansowej przyznanej przez Szwajcarię państwu polskiemu i realizacji konkretnych działań na rzecz zmniejszenia różnic w rozwoju społeczno - gospodarczym pomiędzy Polską a rozwiniętymi krajami UE. Odbiorcami działań informacyjno – promocyjnych będą:

- instytucje i pracownicy, w których realizowany jest projekt;
- mieszkańcy Mazowsza – klienci 14 zakładów opieki zdrowotnej;
- społeczności lokalne związane z miejscami realizacji Inwestycji ;
  - mieszkańcy Mazowsza;
- partnerzy międzynarodowi samorządu województwa mazowieckiego;

UWAGI: Projekt jest w trakcie oceny, zarys projektu przedłożony w dniu 20.04.2009 r. Władzy Wdrażającej Programy Europejskie został przyjęty do dalszej oceny.  
W dniu 06.10.2010 r odbędzie się spotkanie z udziałem przedstawicieli State Secretariat for Economic Affairs (SECO) oraz Biura Szwajcarsko - Polskiego Programu Współpracy na którym omówione zostaną szczegóły dotyczące realizacji projektu oraz przedstawione zostaną zasady oceny zarysu projektu.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach informacyjnych i pamiątkowych oraz w innych materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

9b	Departament Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji	„Przebudowa i rozbudowa bocznic kolejowej ze stacji kolejowej Modlin do Portu Lotniczego w Modlinie oraz budowa stacji/przystanku kolejowego na terenie Portu Lotniczego w Modlinie”	<p>Przez cały okres realizacji projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- przygotowanie i umieszczenie informacji o projekcie wraz z aktualizacją na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego,</li> <li>- przygotowanie i umieszczenie plakatów,</li> <li>- przygotowanie i umieszczenie tablic informacyjnych w miejscach realizacji inwestycji,</li> <li>- działania Public Relations – stałe informowanie mediów o postępach prac i doprowadzenie do publikacji artykułów dziennikarskich dotyczących Projektu,</li> <li>- organizacja konferencji prasowych,</li> <li>- prowadzenie działań reklamowych,</li> </ul> <p>Na zakończenie realizacji projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- przygotowanie i umieszczenie tablic pamiątkowych w miejscu realizacji inwestycji.</li> </ul>	Celem realizacji działań informacyjno - promocyjnych będzie poinformowanie opinii publicznej o uzyskanym dofinansowaniu ze środków unijnych w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko.	od II kwartału 2011 r. do końca 2012 r.	około 580 000 zł
----	---	--	--	---	---	------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Głównym celem działań informacyjno-promocyjnych dla powyższego projektu jest zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat udziału środków Unii Europejskiej w projektach realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, zwiększenie poziomu wiedzy opinii publicznej na temat korzyści i celów wynikających z realizacji tego Projektu istotnych dla zwiększenia konkurencyjności kraju i regionów.

UWAGI: Wszystkie działania informacyjno-promocyjne będą wykonywane przez Kierownika Projektu, którego w październiku br. wyłonimy w drodze postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. Kierownik Projektu w ramach umowy będzie prowadził nadzór nad prawidłową i terminową realizacją projektu w tym nad przeprowadzeniem działań informacyjno-promocyjnych wraz z pokryciem wszystkich kosztów związanych z promocją.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na tablicach informacyjnych i pamiątkowych oraz w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

**(10) Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego**

10a	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego	<p>Promocja III edycji konkursu „Innowator Mazowsza”, Gala konkursu „Innowator Mazowsza”</p> <p>Uczestnicy: około 150 osób, uczestnicy konkursu, przedstawiciele sponsorów, mediów</p>	<p>Działania promocyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-plakaty informacyjne umieszczone w uczelniach i jednostkach badawczo – rozwojowych z terenu województwa mazowieckiego;</li> <li>- kampania w mediach o zasięgu ogólnopolskim (np.: onet.pl, Rzeczpospolita) oraz regionalnym (np.: Tygodnik Płocki, Życie Żyrardowa, Tygodnik Ostrołęcki, Tygodnik Siedlecki itp.), pod warunkiem pozyskania powyższych mediów jako patronów medialnych konkursu.</li> <li>- kampania radiowa (radiowe spoty reklamowe w Radio Dla Ciebie, Radio Warszawa)</li> <li>- banner na stronie www.mazovia.pl</li> <li>Gala</li> <li>- plakaty promujące III edycję konkursu</li> <li>- biuletyn prezentujący osoby nagrodzone i wyróżnione w konkursie</li> <li>- wkładka do gazet (patronów medialnych) ze zdjęciami z gali i prezentacją nagrodzonych i wyróżnionych osób i firm w III edycji konkursu</li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o III edycji konkursu „Innowator Mazowsza”	I kwartał 2011 r.	0 zł
-----	--	--	--	---	-------------------	------

**OPIS DZIAŁANIA**

Promocja III edycji konkursu „Innowator Mazowsza” realizowana będzie w oparciu o środki pozyskane od sponsorów zewnętrznych oraz patronów medialnych konkursu. Przewidywane jest przygotowanie plakatów oraz rozmieszczenie ich na uczelniach z województwa mazowieckiego (w szczególności: PW, UW, PR, SGGW, Uniwersytet Medyczny itp.) Celem działań promocyjnych jest dotarcie do jak największej liczby potencjalnych uczestników a także promocja konkursu wśród mieszkańców Mazowsza. Gala konkursu ma na celu zaprezentowanie wyników konkursu i uroczyste wręczenie nagród. Uczestnikami gali będą osoby biorące udział w konkursie, eksperci oceniający nadesłane prace, przedstawiciele mediów i sponsorów, Marszałek Województwa a także kierownictwo Urzędu Marszałkowskiego. Przewidywane są również działania prezentujące to wydarzenie w postaci kolorowej wkładki do gazet.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

10b	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego	<p>Realizacja wcześniej zaplanowanej strategii działań promocyjnych Jestem aktywny – będę przedsiębiorcą" w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Poddziałanie 2.2.1</p> <p>Uczestnicy: Nauczyciele i uczniowie szkół gimnazjalnych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnerzy projektu i ich konsultanci</li> <li>• Przedsiębiorcy</li> <li>• Instytucja współpracująca - Kuratorium</li> <li>• Jednostki samorządu terytorialnego</li> <li>• Instytucje otoczenia biznesu</li> <li>• Władze regionalne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie i realizacja kampanii reklamowej w mediach na terenie woj. Mazowieckiego oraz woj. Świętokrzyskiego wraz z Świętokrzyskim Urzędem Marszałkowskim – spoty w radio, ogłoszenia prasowe, i artykuły</li> <li>• Upowszechnianie informacji o projekcie na własnej stronie www.mazovia.pl</li> <li>• Wypracowanie wizualizacji projektu – logo projektu, merytoryczne i graficzne opracowanie materiałów promocyjnych – ulotki, plakaty, roll-up'y zgodnie wytycznymi krajowymi i UE co do zasad promocji</li> <li>• Rozpowszechnienie wiedzy na temat projektu (ogłoszenia, spoty, prezentacja z konferencji)</li> <li>• Rozpowszechnienie wiedzy na temat przedsiębiorczości (materiały promocyjne projektu – ulotki, plakaty, materiały informacyjne z konferencji)</li> <li>• Upowszechnianie osiągniętych rezultatów stanowiących podstawę do włączenia sprawdzonych rozwiązań w nurt polityki na rzecz promowania postaw przedsiębiorczych i wspierania rozwoju przedsiębiorczości na poziomie regionalnym</li> <li>• Budowa konsensusu społecznego w regionach na rzecz kreowania postaw przedsiębiorczości</li> </ul>	Promocja projektu i upowszechnianie rezultatów realizowanych w ramach strategii Jestem aktywny – będę przedsiębiorcą" w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Poddziałanie 2.2.1	od stycznia 2011 r. do grudnia 2011 r.	22 000 zł
-----	--	--	---	---	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Zgodnie z założeniami Funduszu Grantów na Inicjatywy, zaplanowano realizację działań projektowych na obszarze obejmującym dwa województwa: Województwo Świętokrzyskie oraz Województwo Mazowieckie. Idea realizacji projektu opracowana została zgodnie z układem trzech wymiarów rozwoju regionalnego, wskazanych w „Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego” na lata 2010 – 2020. Zasadna jest realizacja zadań projektowych w ujęciu ponadregionalnym, na obszarze Regionu Świętokrzyskiego jak i Regionu Mazowieckiego, ponieważ pozwoli to na szersze rozpowszechnianie rezultatów projektu a współpraca zgodnie z założeniami KSRR wpłynie na zwiększenie spójności międzyregionalnej poprzez budowanie i rozwijanie powiązań funkcjonalnych między regionem o największym potencjale rozwojowym (Mazowieckie) a obszarem cechującym się barierami rozwojowymi (Świętokrzyskie). Wspólnym mianownikiem dla realizacji projektu pomiędzy dwoma różniącymi się między sobą regionami jest realizacja wizji tworzenia sprzyjających warunków do rozwoju przedsiębiorczości, budowanie zasobów ludzkich gotowych na tworzenie innowacji na wielu szczeblach życia społecznego bez względu na ograniczenia historyczne, gospodarcze, rozwojowe, co zawarte zostało zarówno w Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

10c	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego	<p>Organizacja konkursu przedsiębiorczości dla klubów z terenu woj. mazowieckiego:</p> <p>Uczestnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uczniowie gimnazjów</li> <li>• Nauczyciele</li> <li>• Jednostki samorządu terytorialnego</li> <li>• Kuratorium</li> <li>• Instytucje otoczenia biznesu</li> <li>• Władze regionalne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie graficzne i wykonanie wizualizacji konkursu (banery, koszulki z nadrukiem dla klubów, tablice informacyjne klubów itp.)</li> <li>• Opracowanie, wydruk, oraz wysyłanie zaproszeń.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwiększony poziom przedsiębiorczości grup objętych wsparciem (wyniki konkursu)</li> <li>• Zwiększony poziom świadomości grup objętych wsparciem o możliwości rozwoju ich potencjału opartego na postawach przedsiębiorczych (wyniki konkursu)</li> </ul>	październik 2011 r. – grudzień 2011 r.	1 375 zł
-----	--	---	---	---	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Wspieranie rozwoju aktywnych, przedsiębiorczych postaw młodzieży poprzez utworzenie klubów przedsiębiorczości, prowadzenie warsztatów w oparciu o wypracowaną metodologię, obserwację działalności przedsiębiorstw – zwińcuje realizacja konkursu w formie zabawy, gdzie kluby będą miały możliwość wykazania się zdobytą wiedzą podczas zajęć warsztatowych. Zakłada się, że jedno z zadań dotyczyć będzie rozwiązywania realnych problemów przedsiębiorstw metodą TRIZ. Konkurs będzie znakomitym forum upowszechniania rezultatów projektu z zaangażowaniem odbiorców projektu. Proponowana struktura projektu duży nacisk kładzie na działania przygotowawcze zarówno od strony organizacyjnej, jak również kwalifikacji i doboru personelu, ekspertów, trenerów, animatorów i szkół. Udział w projekcie szczególnie dobranych działań promocyjnych umożliwi na równoczesną wielopłaszczyznową realizację działań, co przełoży się na efektywność projektu w zakresie osiągania zaplanowanych rezultatów. Innowacyjność projektu polegająca na powiązaniu metody TRIZ z wiedzą o przedsiębiorczości jak również przedstawienie młodzieży gimnazjalnej funkcjonowania przedsiębiorstw (podczas wizyt studyjnych) zapewni długookresowe wykreowanie postaw przedsiębiorczych wśród gimnazjalistów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

10d	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego	<p>Organizacja okresowych konferencji, seminariów, infoseminariów, spotkań w ramach projektu systemowego pn. Budowa systemu monitoringu i podstaw ewaluacji wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza</p> <p>średnia liczba uczestników konferencji wyniesie – 150</p> <p>średnia liczba uczestników seminarium wyniesie – 40.</p>	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacje na portalach internetowych o tematyce innowacyjnej bądź samorządowej.</li> <li>- Zaproszenia personalizowane.</li> <li>- Strona internetowa <a href="http://www.innowacyjni.mazovia.pl">www.innowacyjni.mazovia.pl</a></li> <li>- Banner na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> przekierowujący na stronę projektu.</li> <li>- artykuły sponsorowane nawiązujące do tematyki seminariów oraz konferencji</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <p>Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</p> <p>Po konferencji:</p> <p>Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie projektu.</p> <p>-artykuły sponsorowane nawiązujące do tematyki seminariów oraz konferencji</p>	Upowszechnienie rezultatów monitoringu i ewaluacji (Info-Promo)	2011 r.	52 000 zł
-----	--	---	---	---	---------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Rezultaty monitoringu i ewaluacji Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza przedkładane będą w cyklu corocznym Mazowieckiej Radzie Innowacyjności, upowszechniane będą także wśród przedstawicieli nauki, przedsiębiorców, władz centralnych i samorządowych oraz innych zainteresowanych grup. Elementem tego procesu będzie organizacja konferencji, seminariów oraz spotkań poświęconych rezultatom monitoringu i ewaluacji RIS MAZOVIA. W ramach tego etapu przewiduje się sfinansowanie corocznych konferencji. Koszty organizacji konferencji będą obejmować: koszt wynajęcia sali, koszty cateringu (podczas konferencji), koszty zaangażowania ekspertów zewnętrznych w przygotowanie i wygłoszenie wybranych referatów, które będą uzupełnieniem informacji dot. monitoringu i ewaluacji procesu wdrażania RIS MAZOVIA, koszty obsługi technicznej konferencji (np. wynajęcie transportu itd.). Zakłada się, że większość konferencji będzie organizowana na terenie Warszawy. W przypadku, gdyby organizowano konferencję poza Warszawą, nie przewiduje się ponoszenia kosztów noclegów (z tego względu, że wszystkie imprezy będą organizowane na terenie Mazowsza).

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

10e	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego	Stworzenie strony internetowej Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Mazowieckiego 2007-2013 oraz Instytucji Pośredniczącej Programem Operacyjnym Kapitał Ludzki	Banery na stronach www.mazovia.pl oraz www.mazowia.eu z przekierowaniem na stronę IZ RPO WM oraz IP PO KL.	Udostępnienie informacji na temat RPO WM oraz PO KL beneficjentom oraz potencjalnym beneficjentom	I kwartał 2011 r.	15 000 zł (środki RPO)
-----	--	---	--	---	-------------------	------------------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Serwis internetowy ma być wirtualną wizytówką Instytucji Pośredniczącej POKL oraz Instytucji Zarządzającej RPO WM oraz ma spełniać funkcję kanału komunikacyjnego między Urzędem, a odbiorcą informacji. Dwie oddzielne strony spójne graficznie, różniące się od siebie jedynie zawartymi informacjami oraz kolorystyką i obowiązkowymi elementami wynikającymi ze spójnego systemu identyfikacji wizualnej. Serwis będzie zawierał elementy identyfikacyjne Urzędu oraz elementy identyfikacyjne dla danego Programu, oddawał charakter instytucji oraz prezentował szeroki wachlarz informacji począwszy od prostych informacji tematycznych, galerii, prezentacji audio-video, do bloków informacji zebranych w kategorii merytoryczne, rejestry, publikacje dokumentów, interaktywne formularze. Forma prezentacji będzie przejrzysta, estetyczna. Serwis będzie łatwy w nawigacji oraz będzie zawierał pozostałe niezbędne elementy do łatwego przekazania informacji odbiorcy.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**



Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze na stronach www., aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

10f	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego	Roczna Konferencja podsumowująca wdrażanie PO KL na Mazowszu Uczestnicy: 400 osób z terenu całego Mazowsza	Przed konferencją: - Plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych oraz jednostkach samorządu terytorialnego, ROEFS - Zaproszenia personalizowane – skierowane do 450 osób. - Strona internetowa projektu (np. <a href="http://www.konferencjaPOKL.pl">www.konferencjaPOKL.pl</a> ) - Banner na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> z przekserowaniem na stronę projektu. W trakcie konferencji: Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach, Po konferencji: Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a>	Podsumowanie wdrażania PO KL w WM	IV kwartał 2011 r.	100 000 zł
-----	--	--	---	-----------------------------------	--------------------	------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencja wewnątrz regionalna skierowana do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego z terenu Mazowsza, beneficjentów środków z Kapitału Ludzkiego. W konferencji w charakterze paneli stów weźmie udział przedstawiciel, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciel departamentu Strategii i Rozwoju Regionalnego. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja osiągnięć w ramach programu. Konferencja ma także zachęcić uczestników do aktywniejszego aplikowania o środki unijne.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza.

W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z procedurą akceptacji projektów stanowiącą część Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Ww. procedura została opisana w Księdze Zarządzania Procesami, w procesie: *Zarządzanie Marką Mazowsze*; podprocesie: *Akceptacja projektów graficznych materiałów reklamowo-promocyjnych zawierających logotyp Marki Mazowsze, w zakresie zgodności z zasadami Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (KZSZ-5-U-2.2.2/KP)*

**(10.1) Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie**

10.1a	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	<p>Działalność wydawnicza – Biuletyn „Mazowiecki Rynek Pracy”</p> <p>Działalność wydawnicza – materiały wydawnicze np. plakaty, albumy</p>	<p>Artykuły prasowe pisane przez pracowników WUP oraz Filii WUP w Warszawie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przekazanie informacji innym instytucjom z obszaru Mazowsza zaangażowanych we wdrażanie PO KL o przedsięwzięciach, które mają być promowane za pośrednictwem plakatu i zwrócenie się do nich z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej.</li> <li>• Umieszczenie plakatów w WUP oraz w Filiach WUP w Warszawie oraz RO EFS na terenie woj. mazowieckiego i innych instytucjach,</li> <li>• Udostępnianie albumów Beneficjentom w siedzibie WUP w Warszawie i Filiach WUP, dystrybucja podczas imprez plenerowych</li> </ul>	<p>Przedstawienie bieżących informacji nt. EFS w szczególności obejmujących Priorytet VI PO KL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykorzystanie plakatów i albumów podczas imprez plenerowych oraz konferencji,</li> <li>• Promowanie np. dobrych praktyk EFS, najlepszych projektów realizowanych przez Beneficjentów WUP w Warszawie,</li> <li>• Promowanie Europejskiego Funduszu Społecznego i dotacji unijnych za pośrednictwem najlepszych komiksów młodzieży wyłonionych w konkursie na najlepszy komiks pt. „Człowiek najlepsza inwestycja”.</li> </ul>	<p>co 2 miesiące w 2011 r.</p> <p>I–II kwartał 2011 r.</p>	75 000 zł
-------	------------------------------------	--	---	---	--	-----------

## OPIS DZIAŁANIA

Biuletyn „Mazowiecki Rynek Pracy” wydawany przez WUP w Warszawie jest skierowany do pracowników WUP i Filii WUP w Warszawie, Beneficjentów, jak również do wszystkich osób, instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL. Celem Biuletynu jest przekazanie bieżących informacji nt. EFS, a w szczególności dotyczących Priorytetu VI PO KL. W Biuletynie wzorem lat ubiegłych znajdują się recenzje wydarzeń związanych z EFS, jak również przedsięwzięć podejmowanych w kontekście PO KL. Plakaty, które zamierzamy wydrukować będą promowały Unię Europejską, możliwość pozyskania dotacji oraz będą informowały Beneficjentów o Działaniu 6.1 PO KL, z którego w WUP-ie mogą skorzystać. Zamierzamy także wydrukować plakaty dot. III edycji konkursu na najlepszy komiks pt. „Człowiek najlepsza inwestycja”, które będą informowały o wspomnianym konkursie. Plakaty będą dystrybuowane do wszystkich instytucji z obszaru województwa mazowieckiego, które zaangażowane są we wdrażanie PO KL, jak również wszystkich szkół z Mazowsza, aby informacja dotarła do jak największej rzeszy uczniów szkół ponadgimnazjalnych, do których będzie zaadresowany konkurs.

## OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

10.1b	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	<p>Szkolenia i spotkania informacyjno-promocyjne dla Beneficjentów –</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Szkolenie z Dokumentacji konkursowej dla Poddziałania 6.1.1 PO KL,</li> <li>• Szkolenie z dokumentacji konkursowej dla Poddziałania 6.1.2 PO KL,</li> <li>• Szkolenie z dokumentacji naboru dla Poddziałania 6.1.3 PO KL,</li> <li>• Szkolenie – Wymiana doświadczeń z poprzednich konkursów naborów – mocne i słabe strony,</li> <li>• Szkolenie - Najczęściej popełniane błędy formalne i merytoryczne we wnioskach o dofinansowanie projektów w ramach Działania 6.1 PO KL,</li> <li>• Szkolenie - Zasada równości szans kobiet i mężczyzn w projektach z działania 6.1 PO KL,</li> <li>• Szkolenie- Księgowo-finansowe aspekty ewidencjonowania dokumentów dotyczące projektów realizowanych w ramach PO KL,</li> <li>• Zastosowanie ustawy prawo zamówień publicznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaproszenia skierowane do Beneficjentów drogą elektroniczną, pocztą tradycyjną, bądź zamieszczenie ogłoszenia internetowego na stronach internetowych: <a href="http://WWW.wup.mazowsze.pl">WWW.wup.mazowsze.pl</a> i <a href="http://WWW.wup.mazowsze.pl/efs">WWW.wup.mazowsze.pl/efs</a>,</li> <li>• Informacje rozpowszechniane elektronicznie np. do MJWPU, RO EFS w Warszawie, UMWM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przekazanie Beneficjentom jak najwięcej informacji o ogłoszonym konkursie i wskazanie istotnych zapisów dokumentacji konkursowej.</li> </ul>	od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.	60 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Szkolenia organizowane przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie adresowane będą do Beneficjentów, którzy będą realizować projekty w ramach konkursów ogłoszonych w 2011 roku, Beneficjentów, którzy już realizują projekty w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Warszawie oraz do Powiatowych Urzędów Pracy w Warszawie. Celem szkoleń jest przekazanie niezbędnych informacji do realizacji projektów w ramach PO KL.						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w prezentacjach szkoleniowych, materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>10.1c</b>	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Akcja informacyjno-promocyjna w mediach – ogłoszenia prasowe, artykuły sponsorowane, audycje radiowe	<ul style="list-style-type: none"><li>• Publikacja ogłoszeń prasowych oraz artykułów w prasie o zasięgu lokalnym i regionalnym,</li><li>• Udzielanie wywiadów w radiu,</li><li>• Zlecenie produkcji i emisji audycji radiowych</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promocja EFS oraz Działania 6.1 PO KL,</li><li>• Promocja przedsięwzięć Zespołu ds. Informacji i Promocji Wydziału Wdrażania EFS WUP w Warszawie w zakresie informowania o możliwościach pozyskania dotacji w ramach Działania 6.1 PO KL oraz o projektach realizowanych przez Beneficjentów WUP</li></ul>	od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.	80 000 zł
--------------	------------------------------------	--	--	--	---	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działania podejmowane w ramach akcji informacyjno-promocyjnej w mediach mają za zadanie informowanie i przybliżanie szczegółów organizowanych np. konferencji, konkursów dla młodzieży, szkoleń, imprez plenerowych, Dni Otwartych WUP, itp. Działania te mają na celu również rozpowszechnianie informacji o Europejskim Funduszu Społecznym, dotacjach płynących z Unii Europejskiej oraz o możliwości pozyskania środków na realizację projektów w ramach Działania 6.1 PO KL.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

10.1d	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Materiały promocyjne (np. długopisy, ołówki, notatniki, teczki, balony, torby materiałowe, koszulki, czapeczki, itp.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocja EFS i PO KL,</li> <li>• Promocja Działania 6.1 PO KL,</li> <li>• Promocja Unii Europejskiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykorzystanie podczas szkoleń i konferencji,</li> <li>• Wykorzystanie podczas festynów i seminariów,</li> <li>• Promowanie funduszy unijnych wśród beneficjentów Działania 6.1 PO KL, potencjalnych Beneficjentów, jak również wśród uczestników projektów i potencjalnych uczestników projektów,</li> <li>• Pogłębianie wiedzy wśród społeczności lokalnej i regionalnej o dotacjach unijnych,</li> <li>• Rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia dla osób nieaktywnych zawodowo, płynących z Unii Europejskiej, jak również zachęcanie do sięgania po środki unijne.</li> </ul>	od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.	25 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Materiały promocyjne będą wykorzystywane przez Zespół ds. Informacji i Promocji Wydziału Wdrażania EFS WUP w Warszawie głównie do promocji PO KL i EFS oraz Działania 6.1 PO KL. Będziemy rozpowszechniać informacje o dotacjach unijnych i możliwościach wsparcia w ramach Działania 6.1 PO KL.						

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>10.1e</b>	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Inne akcje informacyjno –promocyjne o zasięgu lokalnym i regionalnym, których organizatorami będzie WUP w Warszawie lub partnerzy zewnętrzni	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rozpowszechnianie informacji w prasie, na stronach internetowych, z wykorzystaniem plakatów o organizowanych akcjach informacyjno-promocyjnych typu, np. konferencje, seminaria, targi, dni otwarte, festyny</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informacja i promocja EFS ze szczególnym uwzględnieniem Działania 6.1 PO KL wdrażanego przez WUP w Warszawie</li></ul>	od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.	30 000 zł
--------------	------------------------------------	--	--	--	--	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie ma na celu przekazanie informacji jak największej liczbie Beneficjentów o możliwościach płynących z funduszy unijnych oraz oczywiście zachęcenie potencjalnych Beneficjentów do korzystania z dotacji.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>10.1f</b>	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie	Innowacyjne formy promocji – konkurs kierowany do młodzieży szkół ponadgimnazjalnych  Konkurs na najciekawszy komiks pt. „Człowiek najlepsza inwestycja” – III edycja	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rozsyłanie informacji o konkursie do wszystkich szkół i młodzieżowych domów kultury z obszaru województwa mazowieckiego,</li><li>• Kierowanie pism do szkół z prośbą o rozpowszechnianie informacji o konkursie za pomocą stron internetowych oraz z prośbą o rozpropagowanie informacji o konkursie za pomocą przesłanych plakatów,</li><li>• Informowanie o konkursie innych instytucji z terenu Mazowsza, np. MJWPU, UMWM, RO EFS,</li><li>• Udzielanie wywiadów w radiu,</li><li>• Zamieszczanie informacji w prasie oraz na stronach internetowych <a href="http://WWW.wup.mazowsze.pl">WWW.wup.mazowsze.pl</a> oraz <a href="http://WWW.wup.mazowsze.pl/efs">WWW.wup.mazowsze.pl/efs</a></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promocja wiedzy na temat EFS i PO KL w szczególności Działania 6.1 PO KL, wdrażanego przez WUP w Warszawie</li></ul>	sierpień – październik 2011 r.	10 000 zł
--------------	------------------------------------	---	--	--	--------------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Działanie mające na celu promocję EFS I PO KL w innowacyjny sposób. Poprzez zachęcenie młodzieży do stworzenia komiksu pobudzamy ją do kreatywności i zaczerpnięcia informacji nt. EFS, co później w przyszłości na pewno im się przyda i może zaowocuje zdobywaniem nowych kwalifikacji lub poszerzaniem już zdobytych umiejętności.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

10.1g	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ostrołęce	V Młodzieżowe Targi Edukacji i Pracy  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b>	<p><u>Przed Targami:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego, szkołach miejskich i powiatowych;</li> <li>• Zaproszenia spersonalizowane – skierowane do ok. 300 osób;</li> <li>• Informacja na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> <a href="http://www.moja-ostroleka.pl">www.moja-ostroleka.pl</a> <a href="http://www.eostroleka.pl">www.eostroleka.pl</a></li> <li>• Informacja w mediach: Radio OKO, Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach, Kurierze Ostrołęckim,</li> </ul> <p><u>W trakcie Targów:</u> Stoisko informacyjne Filii WUP w Ostrołęce, Relacja z przebiegu Targów w rozgłośni radiowej Radio OKO</p> <p><u>Po Targach:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• artykuły sponsorowane w Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach, Kurierze Ostrołęckim,</li> <li>• artykuł w Kronice Mazowieckiej,</li> <li>• Artykuły w biuletynie Mazowiecki Rynek Pracy, na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> oraz <a href="http://www.ohp.pl">www.ohp.pl</a></li> </ul>	Rozpowszechnianie informacji zawodowej oraz informacji o działaniach WUP w Warszawie	marzec 2011 r. Ostrołęka	5 000 zł
-------	--	--	---	--	-----------------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Targi mają na celu promocję działań Filii WUP w Ostrołęce wśród pedagogów szkół oraz młodzieży wkraczającej na rynek pracy. Jest też okazją do integracji partnerów działających na rynku pracy oraz instytucji oświatowych. W Targach swoje stoiska informacyjne mają instytucje rynku pracy, Państwowej Inspekcji Pracy, oraz ponad 40 szkół wyższych i policealnych z terenu całego kraju. W Targach uczestniczy ok. 2 tys. zwiedzających.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**



Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed imprezą, w celu dotarcia do odbiorców z zaproszeniem na targi.

10.1h	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ostrołęce	Dni Aktywności Zawodowej  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b>	<p><u>Przed DAZ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty oraz ulotki informacyjne umieszczane w urzędach gmin, ośrodkach pomocy społecznej.</li> <li>• Informacja na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> oraz na stronach internetowych urzędów gmin.</li> <li>• Informacja w Radio OKO</li> </ul> <p><u>W trakcie DAZ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stoiska informacyjne Filii WUP w Ostrołęce</li> <li>• Udzielanie indywidualnych informacji osobom zainteresowanym, mieszkańcom gmin z powiatów: ostrołęckiego, makowskiego, ostrowskiego</li> </ul> <p><u>Po DAZ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły w biuletynie Mazowiecki Rynek Pracy, na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a></li> </ul>	Rozpowszechnianie informacji o usługach WUP w Warszawie Filia w Ostrołęce	styczeń – grudzień 2011 r. gminy powiatów: ostrołęckiego, ostrowskiego, makowskiego	3 000 zł
-------	--	--	--	---	--	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Dni Aktywności Zawodowej są organizowane w wybranych gminach powiatów: ostrołęckiego, ostrowskiego, makowskiego. Celem przedsięwzięcia jest ułatwienie osobom bezrobotnym dostępu do szerokiego zakresu informacji związanych z aktywnością zawodową w miejscu ich zamieszkania.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed imprezą, w celu dotarcia do odbiorców z zaproszeniem na imprezę.

10.1i	Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie Filia w Ostrołęce	Ostrołęckie Targi Pracy „Bez barier”  <b>(działanie zgłoszone przez Delegaturę UMWM w Ostrołęce)</b>	<u>Przed Targami:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego, na miejskich słupach ogłoszeniowych w Ostrołęce</li><li>• Zaproszenia spersonalizowane – skierowane do ok. 150 osób;</li><li>• Informacja na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a> <a href="http://www.moja-ostroleka.pl">www.moja-ostroleka.pl</a> <a href="http://www.eostroleka.pl">www.eostroleka.pl</a></li><li>• Informacja w rozgłośni radiowej Radio OKO, Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach, Kurierze Ostrołęckim,</li></ul> <u>W trakcie Targów:</u> Stoisko informacyjne Filii WUP w Ostrołęce, Relacja z przebiegu Targów w rozgłośni radiowej Radio OKO <u>Po Targach:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• artykuły sponsorowane w Tygodniku Ostrołęckim, Rozmaitościach, Kurierze Ostrołęckim,</li><li>• Artykuły w biuletynie Mazowiecki Rynek Pracy, na stronie internetowej <a href="http://www.wup.mazowsze.pl">www.wup.mazowsze.pl</a></li></ul>	rozpowszechnianie informacji o usługach rynku pracy, ofertach pracy w kraju i za granicą WUP w Warszawie	czerwiec 2011 r.	5 000 zł
-------	--	--	--	--	------------------	----------

**OPIS DZIAŁANIA**

Targi Pracy są skierowane do osób bezrobotnych i poszukujących pracy ze szczególnym uwzględnieniem osób niepełnosprawnych. Głównym celem targów jest prezentacja usług instytucji rynku pracy oraz krajowych ofert pracy pracodawców z regionu i z woj. mazowieckiego, ofert pracy zakładów pracy chronionej, zagranicznych ofert zatrudnienia. W Targach uczestniczy ok. 40 wystawców. Targi ułatwiają osobom bezrobotnym i poszukującym pracy bezpośredni kontakt z pracodawcami i instytucjami. Pomagają w integracji osób niepełnosprawnych oraz promują wśród nich aktywność zawodową i społeczną.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Wskazane jest nawiązanie współpracy z Biurem Prasowym i Wydziałem Komunikacji Zewnętrznej UMWM (strona [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) i "Kronika Mazowiecka") przed imprezą, w celu dotarcia do odbiorców z zaproszeniem na targi.

<b>(10.2) Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie</b>						
<b>10.2a</b>	Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie	Wykład/seminarium/konferencja (forma do późniejszego uzgodnienia) promująca samorządowy periodyk naukowy MAZOWSZE Studia Regionalne Uczestnicy: ok. 150 osób z terenu Warszawy i Mazowsza	<p>Przed działaniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• plakaty informacyjne umieszczone w mazowieckich jednostkach organizacyjnych, jednostkach samorządu terytorialnego, szkołach wyższych i ważniejszych instytucjach badawczych (np. PAN)</li> <li>• zaproszenia ogólne i spersonalizowane – razem ok. 300</li> <li>• informacja na stronie internetowej <a href="http://www.mbpr.pl">www.mbpr.pl</a> i/lub <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul> <p>W trakcie działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspozycja SIW MM na roll-upach</li> </ul> <p>Po działaniu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• relacja w promowanym periodyku naukowym</li> <li>• relacja w Kronice Mazowieckiej</li> <li>• relacja na stronach <a href="http://www.mbpr.pl">www.mbpr.pl</a> i <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o naukowcach działających w województwie mazowieckim, promocja osiągnięć i badań prowadzonych na Mazowszu	II poł. 2011 r. (po uzyskaniu punktacji KBN)	X
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						
Wykład/seminarium/konferencja skierowana jest do środowiska naukowego na Mazowszu (przedstawiciele szkół wyższych, ośrodków i instytucji badawczych) oraz przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego. W wydarzeniu weźmie udział Marszałek Województwa Mazowieckiego, który sprawuje funkcję Przewodniczącego Komitetu Redakcyjnego periodyku naukowego MAZOWSZE Studia Regionalne. W ramach wydarzenia zaplanowany są prezentacje merytoryczne oraz prezentacja periodyku naukowego. Wydarzenie ma zachęcić uczestników do publikowania na łamach periodyku naukowego MAZOWSZE Studia Regionalne badań prowadzonych na terenie Mazowsza i przez naukowców działających na terenie województwa mazowieckiego.						
<b>OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego</b>						
<p><u>Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.</u></p> <p>Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> w zakładce <i>Województwo</i> pod hasłem <i>System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze</i>.</p>						
<b>10.2b</b>	Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie	Konferencja inauguracyjna nowelizację Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego (liczba uczestników do ustalenia)	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ogłoszenie prasowe - Rzeczpospolita</li> <li>- informacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a></li> <li>- zaproszenia spersonalizowane</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekspozycja systemu SIW MM</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- artykuł w Kronice Mazowieckiej</li> </ul>	Konferencja rozpocznie prace nad nowelizacją strategii rozwoju województwa, w tym fazę zbierania wniosków i postulatów	I połowa 2011 r. Warszawa	40 000 zł
<b>OPIS DZIAŁANIA</b>						

Konferencja skierowana do przedstawicieli wszystkich JST z terenu województwa, jak również do przedstawicieli samorządów gospodarczych i zawodowych, administracji rządowej, organizacji pozarządowych, szkół wyższych i jednostek naukowo-badawczych. Zakres konferencji dostosowany do wymogów art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa. Spotkanie ukierunkowane na szerokie uspołecznienie programowania strategicznego w województwie. Przewiduje się udział w konferencji Członków Zarządu WM.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć współpracę z Biurem Prasowym UMWM oraz dodanie relacji na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) przed i po konferencji.

10.2c	Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie	Konferencja informacyjna pn. „WSPÓLNE BUDOWANIE PRZYSZŁOŚCI MAZOWSZA” organizowana w ramach projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza” Uczestnicy: 200 osób z JST z całego Woj. Mazowieckiego	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaproszenia spersonalizowane – skierowane do 350 osób (głównie wysyłane e-mailem).</li> <li>- Strona internetowa konferencji oraz projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza” (TRM) <a href="http://www.trendyrozwojemazowsza.pl">www.trendyrozwojemazowsza.pl</a></li> <li>- Banner na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> z połączeniem ze stroną projektu.</li> <li>- Artykuły informacyjne w prasie branżowej i Kronice Mazowieckiej.</li> <li>- Przygotowanie teczek konferencyjnych wraz z materiałami z logotypem projektu i UE.</li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Roll-up i ścianki z logo TRM oraz Mazowieckiego Biura Planowania Regionalnego (MBPR).</li> <li>Wystawa map Mazowsza z zasobu MBPR.</li> <li>Stoiska wystawowe Samorządu Województwa Mazowieckiego.</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relacja na stronie projektu TRM oraz na stronie MBPR</li> <li>Relacja w Kronice Mazowieckiej.</li> </ul>	Rozpowszechnienie informacji o badaniach prowadzonych w ramach projektu TRM; dyskusja nad nowymi rozwiązaniami usprawniającymi wdrażanie polityki rozwoju i zarządzanie w województwie	styczeń/luty 2011 r.	70 000 zł
-------	---	--	---	--	----------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W konferencji wezmą udział: przedstawiciel Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciel Mazowieckiego Biura Planowania Regionalnego. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne, panel dyskusyjny oraz prezentacja osiągnięć projektu TRM. Głównym celem konferencji „Wspólne budowanie przyszłości Mazowsza” jest prezentacja wyników badań prowadzonych w ramach projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza”, a w szczególności wyniki badania ankietowego w zakresie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w regionie, tj.: poziomu zaufania do otoczenia lokalnego instytucji publicznych w poszczególnych jednostkach samorządu terytorialnego, na tle społeczno-gospodarczego rozwoju miast i gmin. Ponadto zostanie przeprowadzona dyskusja nad nowymi rozwiązaniami implementacyjnymi prowadzącymi do usprawnienia zarządzania polityką rozwoju w województwie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć dodanie po konferencji relacji na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl)

10.2d	Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie	Konferencja informacyjna organizowana w ramach projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza” Uczestnicy: 150 przedstawicieli instytucji naukowo – badawczych w województwie mazowieckim oraz członkowie zespołów badawczych projektu.	Przed konferencją: - Zaproszenia spersonalizowane – skierowane do 200 osób (głównie wysyłane e-mailem). - Strona internetowa konferencji oraz projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza” (TRM) <a href="http://www.trendyrozwojemazowsza.pl">www.trendyrozwojemazowsza.pl</a> - Banner na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> z połączeniem ze stroną projektu. - Artykuły informacyjne w prasie branżowej i Kronice Mazowieckiej. - Przygotowanie teczek konferencyjnych wraz z materiałami z logotypem projektu i UE.  W trakcie konferencji: Roll-up i ścianki z logo TRM oraz Mazowieckiego Biura Planowania Regionalnego (MBPR). Prezentacja wyników badań naukowych w ramach projektu TRM  Po konferencji: Relacja na stronie projektu TRM oraz na stronie MBPR Relacja w Kronice Mazowieckiej. Publikacja pokonferencyjna.	Rozpowszechnienie informacji o badań prowadzonych w ramach projektu TRM; dyskusja nad uzyskanymi wynikami oraz możliwościami kontynuacji badań i monitoringu rozwoju województwa.	listopad/ grudzień 2011 r.	70 000 zł
-------	---	---	--	---	----------------------------------	-----------

**OPIS DZIAŁANIA**

W konferencji wezmą udział: przedstawiciele ośrodków naukowo – badawczych oraz szkół wyższych w województwie mazowieckim, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciele Mazowieckiego Biura Planowania Regionalnego i projektu TRM. W ramach konferencji zaplanowane są prezentacje merytoryczne, prezentacja wyników projektu TRM oraz panel dyskusyjny. Głównym celem konferencji będzie prezentacja wyników badań prowadzonych w ramach projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza”, a w szczególności wyniki pięciu bloków badawczych i dwóch zespołów zajmujących się konstrukcją modelu rozwoju społeczno – gospodarczego województwa. Ponadto zostanie przeprowadzona dyskusja nad możliwością kontynuacji badań i systemowym monitoringiem rozwoju.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**Uwagi dodatkowe:** Warto rozważyć dodanie po konferencji relacji na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl)

10.2e	Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie	Konferencja: Wspólne budowanie przyszłości Mazowsza  w tym: Ocena Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Mazowieckiego	Przed konferencją: • plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego oraz w Mazowieckim Biurze Planowania Regionalnego • zaproszenia personalizowane – skierowane do ok.500 osób . • informacje na stronie internetowej: <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie <a href="http://www.mbpr.pl">www.mbpr.pl</a> W trakcie konferencji: • Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach, • Wystawa kilku map z Oceny Planu . Po konferencji: • relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie <a href="http://www.mbpr.pl">www.mbpr.pl</a> • relacja w Kronice Mazowieckiej • relacja w periodyku mazowieckim	Rozpowszechnienie informacji o dokonanej Ocenie Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Mazowieckiego – tj : - ocenie zmian w zagospodarowaniu przestrzennym województwa - ocenie aktualności dokumentu	I kwartał 2011 r.	X
-------	---	--	---	---	-------------------	---

**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencje te skierowane są przede wszystkim do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego województwa mazowieckiego. W konferencji I w charakterze panelistów udział wezmą przedstawiciele rozwoju Ministerstwa Rozwoju Regionalnego i Ministerstwa Infrastruktury, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciele samorządu gmin i powiatów. W ramach konferencji zaplanowane są wystąpienia merytoryczne w formie prezentacji oraz panel dyskusyjny. Konferencje mają włączyć samorządy terytorialne województwa mazowieckiego w proces powstawania Planu na zasadach uspołecznienia, partycypacji społecznej i weryfikacji hipotez mających na celu wypracowywanie wspólnych stanowisk i łagodzenie kolizji przestrzennych i konfliktów społecznych związanych z prowadzeniem zadań zapisanych w planie województwa na poziomie gmin i powiatów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

10.2f	Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie	Konferencja: Założenia programowo-organizacyjne zmiany Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Mazowieckiego  (ewentualnie lub później)	<p>Przed konferencją:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• plakaty informacyjne umieszczone w jednostkach samorządu terytorialnego oraz w Mazowieckim Biurze Planowania Regionalnego</li> <li>• zaproszenia personalizowane – skierowane do ok.500 osób .</li> <li>• informacje na stronie internetowej: <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie <a href="http://www.mbpr.pl">www.mbpr.pl</a></li> </ul> <p>W trakcie konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspozycja Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze (SIW MM) na roll-upach i bannerach,</li> <li>• Wystawa kilku map z Oceny Planu .</li> </ul> <p>Po konferencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.pl">www.mazovia.pl</a> oraz na stronie <a href="http://www.mbpr.pl">www.mbpr.pl</a></li> <li>• relacja w Kronice Mazowieckiej</li> <li>• relacja w periodyku mazowieckim</li> </ul> <p>+ rozestanie materiałów „Założenia Programowo-Organizacyjne zmiany Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Mazowieckiego” do jednostek samorządu terytorialnego Województwa Mazowieckiego</p>	Rozpowszechnienie informacji o: - przedmiocie i funkcji Planu w warunkach obowiązującej ustawy i projektu ustawy; - określenie procedury , organizacji prac i metody ogólnej wraz z zasadami partycypacji społecznej sformułowanie	III-IV kwartał 2011 r.	X
-------	---	---	--	--	------------------------	---



**OPIS DZIAŁANIA**

Konferencje te skierowane są przede wszystkim do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego województwa mazowieckiego. W konferencji I w charakterze panelistów udział wezmą przedstawiciele rozwoju Ministerstwa Rozwoju Regionalnego i Ministerstwa Infrastruktury, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz przedstawiciele samorządu gmin i powiatów. W ramach konferencji zaplanowane są wystąpienia merytoryczne w formie prezentacji oraz panel dyskusyjny. Konferencje mają włączyć samorządy terytorialne województwa mazowieckiego w proces powstawania Planu na zasadach uspołecznienia, partycypacji społecznej i weryfikacji hipotez mających na celu wypracowywanie wspólnych stanowisk i łagodzenie kolizji przestrzennych i konfliktów społecznych związanych z wprowadzaniem zadań zapisanych w planie województwa na poziom gmin i powiatów.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów zawierających logo Marki Mazowsze z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytycznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

**(10.3) Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych**

10.3a	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych	Promocja wdrażanych przez MJWPU programów RPO WM i komponentu regionalnego POKL oraz dobrych praktyk podczas OPEN DAYS 2011 przypadającego na czas polskiej prezydencji w Unii Europejskiej.	Prezentacja podczas konferencji organizowanej przez MRR trakcie Open days 2011 wdrażanych przez MJWPU programów RPO WM i komponentu regionalnego POKL wraz z prezentacją w polskim miasteczku dobrych praktyk czyli przykładów zrealizowanych projektów na Mazowszu. Wymiana doświadczeń.  <u>Po konferencji:</u> Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a> Relacja w Biuletynach wydawanych przez MJWPU w zakresie RPO WM i POKL.	Rozpowszechnienie informacji o programach wdrażanych przez MJWPU na Mazowszu. Promocja Mazowsza oraz dobrych praktyk jak też beneficjentów którzy skorzystali ze wsparcia środków finansowych z UE.	październik 2011 r.	koszt szacunkowy dla MJWPU, w tym udział pracowników ok. 60 000 zł
-------	---	--	--	---	---------------------	--

**OPIS DZIAŁANIA**

Zaplanowano konferencję oraz organizację miasteczka polskiego na jednym z placów lub w jednym z parków w Brukseli (np. namioty lub przezroczyste kontenery) w formie litery P, a w nim strefy tematyczne, np: innowacje, kultura i turystyka, infrastruktura, produkty regionalne, etc. Strefy mają być zróżnicowane tak, aby możliwe było zaprezentowanie projektów realizowanych w ramach wszystkich programów krajowych i regionalnych – stoisko Mazowsze - MJWPU. Dodatkowo: scena, na której zaprezentują się wybrani beneficjenci FE (występy artystyczne i pokazy naukowe) koncert wybranego polskiego artysty np. Leszka Możdżera. Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.

<b>10.3b</b>	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych	IV Forum Funduszy Europejskich organizowane przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego	Organizacja stoiska MJWPU w części wystawienniczej Forum Funduszy Europejskich oraz udział ekspertów w tematycznych panelach dyskusyjnych. Dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych. Relacja na stronie <a href="http://www.mazovia.eu">www.mazovia.eu</a> Relacja w Biuletynach wydawanych przez MJWPU w zakresie RPO WM i POKL.	Upowszechnianie (wśród potencjalnych beneficjentów) wiedzy na temat środków z UE dostępnych na Mazowszu. Prezentacja dobrych praktyk.	MRR	bez kosztów
--------------	---	---	--	--	-----	-------------

**OPIS DZIAŁANIA**

Udzielanie zainteresowanym odwiedzającym III FFE informacji na temat dostępnych środków finansowych w ramach wdrażanych przez MJWPU programów regionalnych RPO WM i POKL, prezentacja przykładów beneficjentów którzy realizują projekt z wykorzystaniem środków UE. Występy wybranych Beneficjentów na scenie.

**OCENA Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki w zakresie zgodności zaproponowanego działania z założeniami Strategii Promocji Województwa Mazowieckiego**

Działanie jest zgodne ze Strategią Promocji Województwa Mazowieckiego.

Zalecana jest prezentacja logo Marki Mazowsze i ewentualnie innych elementów Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze w materiałach informacyjnych, reklamowych, promocyjnych, itp. związanych z realizacją przedsięwzięcia, aby zachować spójność działań promocyjnych i wizerunku Mazowsza. W celu zapewnienia zgodności projektów materiałów promocyjnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze konieczna jest współpraca z Biurem Marki i Wizerunku w Departamencie Kultury, Promocji i Turystyki, zgodnie z Wytocznymi do stosowania herbu Województwa Mazowieckiego i logo Marki Mazowsze. Ww. wytyczne dostępne są na stronie [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) w zakładce *Województwo* pod hasłem *System Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze*.























6.2f	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festiwal „Z Pasja na Ty”, w którym uczestnicy będą mogli zaprezentować to co w nich jest wartościowe i pasjonujące, czym pochwałą przed szerszą publicznością. Festiwal to promocja siebie i własnych dokonań możliwość integracji. Warsztaty tematyczne( różne) i spotkania z ciekawymi znanymi artystami, twórcami, których inspiracją do ich pracy i twórczości była ich życiowa pasja. Bierzymy pod uwagę tutaj różne nurty kulturowe od współczesnych przez klasykę po ludowość.( Spotkania z artystami ludowymi, ludźmi świata muzyki klasycznej: (pianiści, kompozytorzy, śpiewacy operowi), malarzami, rzeźbiarzami a także twórcami muzyki i kultury współczesnej np. hip – hop, działania cyrkowe itp.</li> <li>• Organizacja happeningów.</li> <li>• Prezentacje artystyczne dla uczestników projektu i środowiska lokalnego w formie wydarzeń plenerowych, aby uczestnicy projektu mogli sami doświadczyć, że pasja talent jest czymś co owocuje sukcesem, a ścieranie się kilku nurtów kulturowych pozwoli utożsamić się odbiorcy ze swoją pasją i zainteresowaniem, a jednocześnie prezentacje będą wydarzeniem kulturalnym w każdym ze środowisk partnerów projektu. Prezentacje to organizacja występów różnych grup osób z pasją np.: zespołów rockowych, hip – hopowych, grup cyrkowych, zespołów ludowych kulturowej i społecznej jej uczestników, a także wzbogacenie oferty kulturalnej. Festiwal to finalny zamysł projektu, tu zależeć się będą mogły osoby</li> </ul>	planowane rozpoczęcie realizacji w 2011 r a zakończenie 2012 r															
6.2m	Wznowienie wydania publikacji: 30 lat koncertów chopinowskich w Sannikach „1981-2010"																













6.7f	Początek działań związanych z otwarciem nowej siedziby Muzeum i ekspozycji stałej (wydarzenie planowane na rok 2012)							2. poł. 2011 r – 1. poł. 2012 r
------	--	--	--	--	--	--	--	---------------------------------





































<b>(6.21) Muzeum Wsi Radomskiej</b>													
6.21a	Budowanie marki wizualnej Muzeum Wsi Radomskiej												i w 2012 r
6.21b	Portal Muzeum Wsi Radomskiej												i w 2012 r
6.21c	Promowanie bieżących wydarzeń muzealnych												
6.21d	Promowanie bieżących wydarzeń muzealnych: wystawy, festyny												
<b>(6.22) Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie</b>													
6.22a	X Turniej Rycerski „Opierścień księżnej Anny” na Zamku w Liwie												
6.22b	IX Festyn Archeologiczny na Zamku w Liwie												
<b>(6.23) Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie</b>													
6.23a	Promocja wydawnictw PMA i innych związanych z archeologią	ok. 5 spotkań w PMA – terminy uzależnione od dat wydania											
6.23b	Promocja działalności muzeum												
<b>(6.24) Teatr Polski w Warszawie</b>													
6.24a	Kontakty z mediami												
6.24b	Reklama												
<b>(6.25) Państwowy Zespół Ludowy pieśni i Tańca "Mazowsze" im. Tadeusza Sygietyńskiego</b>													
6.25a	Wydanie CD z piosenkami												
6.25b	Koncerty „Mazowsza”												
6.25c	Koncerty w Mateczniku Mazowsze												
6.25d	Pozostała działalność w Mateczniku Mazowsze												
6.25e	Materiały promocyjne w ramach hasła Zabytkowy park „Mazowsza” wizytówką regionu												
<b>(6.26) Teatr Dramatyczny im. J. Szaniawskiego w Płocku</b>													







6.28n	Międzynarodowy rocznik muzyczny British and International Music Yearbook oraz branżowe czasopisma o zasięgu międzynarodowym np. Opera Now, Opera (W.Brytania), Opernwelt (Niemcy), Opera International (Francja)	terminy nie są znane
-------	--	----------------------









7.1u	Gala konkursu „Inowator Roku 2011 w Oświacie”															
7.1w	<p>Projekt edukacyjny Połowa drogi  Konferencja informująca o projekcie edukacyjnym Połowa drogi i badaniach diagnostycznych przeprowadzanych wiosną 2011, obejmujących uczniów klas drugich ponadgimnazjalnych.  Przeprowadzenie sprawdzianu Połowa drogi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konferencja informująca o projekcie edukacyjnym Połowa drogi i badaniach diagnostycznych przeprowadzanych jesienią 2011, obejmujących uczniów klas pierwszych ponadgimnazjalnych.</li> <li>• Przeprowadzenie sprawdzianu Po gimnazjum</li> </ul>															











**(10.2) Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie**

10.2a	Wykład/seminarium/konferencja (forma do późniejszego uzgodnienia) promująca samorządowy periodyk naukowy MAZOWSZE Studia Regionalne												
10.2b	Konferencja inaugurująca nowelizację Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego												
10.2c	Konferencja informacyjna pn. „WSPÓLNE BUDOWANIE PRZYSZŁOŚCI MAZOWSZA” organizowana w ramach projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza”												
10.2d	Konferencja informacyjna organizowana w ramach projektu „Trendy rozwojowe Mazowsza”												
10.2e	Konferencja: Wspólne budowanie przyszłości Mazowsza w tym Ocena Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Mazowieckiego												
10.2f	Konferencja: Założenia programowo-organizacyjne zmiany Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Mazowieckiego												

**(10.3) Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych**

10.3a	Promocja wdrażanych przez MJWPU programów RPO WM i komponentu regionalnego POKL oraz dobrych praktyk podczas OPEN DAYS 2011 przypadającego na czas polskiej prezydencji w Unii Europejskiej												
10.3b	IV Forum Funduszy Europejskich organizowane przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego	termin nie został podany											

**STATYSTYKA OPRACOWANIA  
ZBIORCZEGO PLANU DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W KRAJU I ZAGRANICĄ PODEJMOWANYCH PRZEZ SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO  
NA 2011 ROK**

L.p.	Komórki organizacyjne UMWM, do których wystosowano pismo w sprawie planowanych działań promocyjnych	Komórki organizacyjne UMWM, które nie planują działań promocyjnych	Komórki organizacyjne UMWM, które planują działania promocyjne	Liczba działań promocyjnych planowanych przez komórki organizacyjne UMWM z uwzględnieniem nadzorowanych przez nie wojewódzkich samorządowych jednostek organizacyjnych	
				komórka organizacyjna	wojewódzkie samorządowe jednostki organizacyjne
1	Kancelaria Marszałka			2	0
2	Kancelaria Sejmiku			0	0
3	Departament Organizacji (Biuro Prasowe)			0	0
4	Departament Organizacji (pion ds. Administracyjno-Gospodarczych)			0	0
5	Departament Organizacji (pion ds. Bezpieczeństwa Publicznego)			0	0
6	Delegatura UMWM w Ciechanowie			0	0
7	Delegatura UMWM w Ostrołęce		działania zgłoszone przez Delegaturę dotyczą wojewódzkich samorządowych jednostek organizacyjnych i zostały przyporządkowane w zbiorczym planie działań promocyjnych departamentom nadzorującym ich działalność	0	0
8	Delegatura UMWM w Płocku		działania zgłoszone przez Delegaturę dotyczą wojewódzkich samorządowych jednostek organizacyjnych i zostały przyporządkowane w zbiorczym planie działań promocyjnych departamentom nadzorującym ich działalność	0	0
9	Delegatura UMWM w Radomiu			0	0
10	Delegatura UMWM w Siedlcach			0	0
11	Departament Budżetu			0	0
12	Departament Zdrowia			0	29

13	Departament Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich			9	6
14	Departament Środowiska			7	0
15	Departament Opłat Środowiskowych			1	0
16	Departament Kultury, Promocji i Turystyki			18	268
17	Departament Edukacji Publicznej i Sportu			3	29
18	Departament Nieruchomości i Infrastruktury			0	3
19	Departament Nadzoru Właścicielskiego i Inwestycji			2	0
20	Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego			6	17
21	Departament Kontroli			0	0
<b>RAZEM:</b>				<b>48</b>	<b>352</b>