



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Wniosek o dofinansowanie projektu PROGRAM OPERACYJNY KAPITAŁ LUDZKI

Informacje wypełniane przez instytucję przyjmującą wniosek	
Data przyjęcia wniosku:	
Numer kancelaryjny wniosku:	
Numer wniosku w KSI:	
Imię i nazwisko osoby przyjmującej wniosek:	

I. INFORMACJE O PROJEKCIE	
1.1 Numer i nazwa Priorytetu:	VIII. Regionalne kadry gospodarki
1.2 Numer i nazwa Działania:	8.2. Transfer wiedzy
1.3 Numer i nazwa Poddziałania:	8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji
1.4 Województwo:	mazowieckie
1.5 Instytucja, w której wniosek zostanie złożony:	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych
1.6 Numer konkursu:	nie dotyczy
1.7 Tytuł projektu:	Opracowanie koncepcji funkcjonowania Mazowieckiej Sieci Ośrodków Doradczo – Informacyjnych w zakresie innowacji
1.8 Okres realizacji projektu:	Od 01.09.2009 Do 30.05.2010
1.9 Obszar realizacji projektu: (cała Polska, województwo, powiat, gmina)	Województwo: Mazowieckie Powiat: Gmina:
1.10 Wyodrębniony projekt współpracy ponadnarodowej:	NIE
1.11 Projekt innowacyjny:	NIE
1.12 Projekt z komponentem ponadnarodowym:	NIE

II. BENEFICJENT (PROJEKTODAWCA)	
2.1 Nazwa projektodawcy:	Samorząd Województwa Mazowieckiego, Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie, Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego
2.2 Status prawny:	województwa samorządowa jednostka organizacyjna
2.3 NIP: (PL)	1132453940
2.4 REGON:	015528910

2.5 Adres siedziby:	Ulica: Jagiellońska
	Nr domu: 26
	Nr lokalu:
	Miejscowość: Warszawa
	Kod pocztowy: 03-719
	Telefon: 022-5979751
	Fax: 022-5979752
2.6 Osoba/y uprawniona do podejmowania decyzji wiążących w imieniu projektodawcy:	Stefan Kotlewski, Mariusz Frankowski
2.7 Osoba do kontaktów roboczych:	Kamila Kuleska
2.7.1 Numer telefonu:	022-5979779
2.7.2 Adres poczty elektronicznej:	k.kuleska@mazovia.pl
2.7.3 Numer faksu:	022-5979752
2.7.4 Adres:	ul. Kłopotowskiego 5, 03-718 Warszawa
2.8 Partnerzy:	NIE

III. CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU

(maksymalnie 30 000 znaków)

3.1 Cel projektu

1. Uzasadnij potrzebę realizacji projektu (wskaz problem/y który/e chcesz rozwiązać)
2. Wskaż cel ogólny oraz cele szczegółowe projektu.
3. Uzasadnij zgodność celów z PO KL, Planem Działań (i innymi dokumentami strategicznymi)

Jednym z wyzwań stojących przed Unią Europejską, a także poszczególnymi krajami członkowskimi, zapisanych w odnowionej Strategii Lizbońskiej, jest stworzenie warunków pozwalających na podnoszenie konkurencyjności gospodarki poprzez kreowanie i wspieranie przedsiębiorczości opartej na wiedzy i rozwiązaniach innowacyjnych. W przypadku realizacji działań w tym zakresie szczególną rolę odgrywa szczebel regionalny poszczególnych państw, dostosowując je do specyfiki danych regionów, czy też województw. Region, dla którego głównym motorem rozwoju są innowacje i umiejętność adaptacji do zmieniających się uwarunkowań rynkowych jest określany mianem „regionu uczącego się” Podstawą funkcjonowania i rozwoju regionu uczącego się jest regionalny system innowacji. (Florida R.: The Learning Region, Regional Innovation, Knowledge and Global Change). Często podkreśla się także, iż sprawnie działający regionalny system innowacji jest warunkiem koniecznym do budowania zdolności konkurencyjnej regionu. Mazowsze jest gospodarczym liderem Polski, pierwszym pod względem dynamiki rozwoju ekonomicznego i aktywności biznesowej. Do końca grudnia 2007 roku w rejestrze REGON zarejestrowanych było 627,3 tys. podmiotów gospodarki narodowej (o 2,9 proc. więcej niż rok wcześniej). Aż 97,7 proc. (613,1 tys.) firm działało w sektorze prywatnym (dane GUS). Atrakcyjność regionu podnosi także funkcjonowanie ponad 100 uczelni wyższych (24% ogółu tych jednostek w kraju), które są gwarantem wykształconych kadr dla przedsiębiorstw. Szybko rozwijają się tutaj nowoczesne, innowacyjne branże z zakresu usług i przemysłu, ponoszone są także dużo większe nakłady na działalność innowacyjną (na podst. danych UM). Biorąc pod uwagę powyższy potencjał gospodarczy oraz cele jakie zostały określone w Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza, a także w Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2020 roku, Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie (dalej UMWM) przygotował projekt pilotażowy mający na celu stworzenie i promocję Mazowieckiej Sieci Ośrodków Doradczo-Informacyjnych w zakresie innowacji (dalej MSODI).

Celem działalności sieci będzie przede wszystkim kształtowanie i promowanie postaw proinnowacyjnych oraz przedsiębiorczych w województwie mazowieckim (dalej WM). Należy podkreślić, iż UMWM na podstawie wyników konsultacji społecznych przeprowadzonych w ramach projektu RIS MAZOVIA dokonał analizy obecnego poziomu wsparcia działalności proinnowacyjnej, co pozwoliło na zdefiniowanie najistotniejszych barier i problemów wpływających na rozwój innowacyjności w regionie.

Do nich zaliczymy m.in.:

- brak jednolitej, spójnej polityki promocji postaw przedsiębiorczych związanych z innowacyjnością na terenie województwa mazowieckiego;
- brak należytego wsparcia lokalnych podmiotów wspierających przedsiębiorczość, brak inicjatyw promujących: dobre praktyki we wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań na terenie województwa, sukcesy we współpracy w procesach innowacyjnych, sukcesy firm w efektywnym wykorzystaniu instrumentów wspierania innowacji m.in. z funduszy europejskich;
- niewystarczające propagowanie wykorzystania nowoczesnych rozwiązań innowacyjnych oraz zaawansowanych technologii przez sektor biznesu oraz przez zwykłych obywateli- mieszkańców WM;
- niewielka ilość podmiotów wspierających przedsiębiorczość oraz transfer technologii na terenie województwa, posiadająca należyte zaplecze techniczne, standardy organizacyjne oraz kadry merytoryczne przygotowane do świadczenia usług doradczo-szkoleniowych, a także przygotowania produktów biznesowych wspierających transfer technologii;

- brak efektywnej współpracy istniejących na Mazowszu instytucji okołobiznesowych, sektora badawczo-rozwojowego oraz przedsiębiorców prywatnych w zakresie wymiany informacji i wspólnej dyskusji nad tworzeniem mechanizmów transferu i komercjalizacji nowych technologii;

- znaczne dysproporcje w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego WM, wynikające z podziału administracyjnego z 1999 r., oraz z racji skupienia się życia gospodarczego w Warszawie oraz większych miastach Mazowsza. Wpływa to na różnicowanie wiedzy wśród podmiotów w zakresie innowacyjności, współpracy z JBR i korzyści z niej wynikających.

Analizując powyższe bariery UMWM postanowił zrealizować projekt polegający na utworzeniu odrębnej, autonomicznej sieci ośrodków doradczo-informacyjnych, ukierunkowanych na promocję i wsparcie przedsiębiorstw w zakresie innowacji i transferu technologii, w oparciu o strukturę UMWM oraz jego delegatury terenowe. Dzięki takim działaniom ze strony UMWM możliwa będzie realizacja spójnej polityki proinnowacyjnej, uwzględniającej indywidualne potrzeby sektora MŚP w woj. mazowieckim. Pozwoli to przede wszystkim na wypracowanie jednolitego standardu komunikacji, czym jest innowacyjność i jakie są korzyści wdrażania nowoczesnych technologii. Umożliwi także świadczenie w ramach struktur sieci, usług doradczo-szkoleniowych o wysokim poziomie merytorycznym. Dodatkowo potraktowanie sieci jako swoistego narzędzia promocji pozwoli pod auspicjami UMWM organizować wiele inicjatyw wskazanych m. in. w RIS MAZOVIA np.: „Mazowiecka pierwsza środa miesiąca”, „Lokomotywy Innowacyjności”, „Regionalne Fora Innowacji”, a także umożliwi przygotowanie specjalistycznych publikacji, które w istotny sposób wspierają rozwój współpracy pomiędzy sektorem prywatnym a środowiskiem badawczo-naukowym na rzecz innowacyjności. Wszystkie powyższe działania wpłyną pozytywnie na przyspieszenie tempa wdrażania założeń RIS MAZOVIA, w kontekście zbudowania najbardziej przyjaznego środowiska dla innowacji w Polsce.

Celem ogólnym projektu jest wzrost innowacyjności przedsiębiorstw Mazowsza, prowadzący w konsekwencji do zwiększenia, do 2013 roku, ich konkurencyjności.

Realizacja celu głównego będzie możliwa dzięki realizacji następujących celów szczegółowych:

- umożliwienie ok. 150 podmiotom z sektora prywatnego lepszego dostępu do informacji na temat innowacyjności oraz wdrażania nowoczesnych technologii w regionie;
- podniesienie o 50% świadomości w zakresie wdrażania rozwiązań innowacyjnych u przedstawicieli sektora MŚP i innych podmiotów uczestniczących w projekcie
- wsparcie w ramach MSODI wymiany doświadczeń przedstawicieli biznesu, ośrodków badawczo-rozwojowych oraz samorządu terytorialnego.

Zakłada się, że projekt będzie wpisujący się m.in. w politykę horyzontalną dotyczącą równości szans. W przypadku realizowanych działań Wnioskodawca nie będzie faworyzował żadnej grupy potencjalnych uczestników, co pozwoli na swobodny dostęp zarówno mężczyznom jak i kobietom do informacji, adekwatnie do ich potrzeb. Zakłada się również, że dzięki wykorzystaniu informatycznych form komunikacji i przekazu danych, powyższy projekt będzie wpisujący się w politykę społeczeństwa informacyjnego, będzie również otwarty na niepełnosprawnych – poprzez inteligentny serwis www (narrator prowadzący po serwisie, strona przystosowana dla niedowidzących).

Jednocześnie należy podkreślić, iż powyższy projekt jest komplementarny z dwoma projektami systemowymi, które wdrażać będzie UMWM tzn. „Budowa systemu monitoringu i podstaw ewaluacji wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza” oraz „Podniesienie kompetencji kadr Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego odpowiedzialnych za proces implementacji RSI - budowa profesjonalnych kadr regionu Mazowsza”. Tylko dzięki równoległej realizacji wszystkich 3 projektów możliwe będzie prawidłowe wdrażanie i monitorowanie Regionalnej Strategii Innowacji, co jest priorytetem działania 8.2.2., i pozwoli także na podejmowanie odpowiednio wyselekcjonowanych działań przez stworzoną sieć ośrodków.

Projekt realizowany będzie zgodnie z zapisami zawartymi w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki, Szczegółowym Opisie Priorytetów PO KL, Systemie Realizacji PO KL oraz zgodnie z przepisami prawa. Projekt został uwzględniony w Planie Działania na rok 2009 dla Priorytetu VIII PO KL. Założenia projektu wpisują się w cele zawarte w komponencie regionalnym Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Priorytet VIII Regionalne Kadry Gospodarki 8.2 Transfer Wiedzy 8.2.2 Regionalne Strategie Innowacji poprzez wsparcie szkoleniowo-doradcze dla podmiotów odpowiedzialnych za opracowanie i wdrażanie RSI oraz z Priorytetem V Dobre Rządzenie 5.2 Wzmocnienie potencjału administracji samorządowej, 5.2.2 Systemowe wsparcie funkcjonowania administracji samorządowej, obejmujące zadania takie jak wzmocnienie zdolności jednostek samorządu terytorialnego w zakresie opracowywania, wdrażania i ewaluacji polityk i strategii o zasięgu regionalnym i lokalnym. Założenia projektu są zgodne z celami dokumentów strategicznych na poziomie wojewódzkim, w tym Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego.

3.2 Grupy docelowe (nie dotyczy projektów informacyjnych i badawczych)

1. Scharakteryzuj osoby i/lub instytucje które zostaną objęte wsparciem
2. Uzasadnij wybór grupy docelowej, którą obejmiesz wsparciem
3. Opisz sposób rekrutacji uczestników

Zakłada się, iż odbiorcami działań sieci MSODI w zakresie innowacji będzie szeroka grupa odbiorców zarówno instytucjonalnych jak też prywatnych z terenu woj. mazowieckiego. „Wspólnym mianownikiem” dla nich wszystkich jest chęć wdrażania innowacyjnych rozwiązań zwiększających konkurencyjność gospodarki regionu mazowieckiego, dlatego też grupy docelowe możemy podzielić na: przedsiębiorców prywatnych, władze samorządowe oraz pozostałe podmioty wspierające rozwój innowacyjności. Zakładamy, że podmioty będą reprezentowane przez właścicieli, kadrę zarządzającą (dyrektorów, dyrektorki), pracowników komórek odpowiedzialnych za budowę strategii i rozwój JST lub osoby odpowiedzialne za rozwój innowacyjności w instytucjach okołobiznesowych (mężczyźni i kobiety). Analizując grupy docelowe należy zaznaczyć, iż w przypadku sektora prywatnego odbiorcami działań będą głównie branże posiadające największy potencjał do wdrażania innowacyjnych technologii m.in. informatyczna, telekomunikacyjna, chemiczna, farmaceutyczna, medyczna, biotechnologiczna, czy inne sektory strategiczne dla gospodarki (na podstawie RIS MAZOVIA). W przypadku jednostek samorządu terytorialnego będą dominowały gminy, na terenie których znajdują się ośrodki wspierania innowacyjności oraz występuje nagromadzenie podmiotów gospodarczych z wcześniej wskazanych branż. W przypadku instytucji wspierających rozwój innowacyjności w województwie mogą być to np.: Inkubatory Technologiczne, Centra Transferu Technologii, Parki Technologiczne, Jednostki Badawczo Rozwojowe.

Określając grupy beneficjentów wnioskodawca wziął pod uwagę fakt, iż tylko kompleksowe objęcie całego środowiska zainteresowanego wdrażaniem innowacyjnych technologii w regionie pozwoli na właściwą promocję MSODI, a także ułatwi jej funkcjonowanie w przyszłości poprzez nawiązanie nowych kontaktów. Tylko wzajemna współpraca powyższych podmiotów, co jest zgodne z założeniami wdrażania m.in. RIS MAZOVIA, może zaowocować zintensyfikowaniem działań proinnowacyjnych w regionie. Niezmiernie istotna w tym wypadku będzie analiza badawcza (w ramach prac przygotowawczych) wskazująca m.in. konkretne podmioty gospodarcze, instytucje B+R, ośrodki dydaktyczne, które będą mogły być beneficjentami powyższego projektu z racji swoich zainteresowań oraz możliwości propagowania rozwiązań innowacyjnych. Tylko zagwarantowanie uczestnictwa wszystkich wskazanych grup, pozwoli na późniejsze, efektywniejsze wykorzystanie sieci, chociażby w kontekście działań szkoleniowo-doradczych.

Rekrutacja uczestników infoseminariów i konferencji będzie miała charakter cykliczny i będzie poprzedzona intensywną kampanią promocyjną w mediach regionalnych (np. TVPInfo), w prasie lokalnej oraz za pośrednictwem Internetu. Rekrutacja, za którą odpowiedzialny będzie Kierownik Projektu, będzie przeprowadzona przede wszystkim on-line - za pośrednictwem internetu, poprzez portal przygotowany i utworzony na potrzeby realizacji projektu. Rolą portalu poza funkcją rekrutacyjną będzie m.in. bieżąca komunikacja z grupami docelowymi, promocja sieci oraz podmiotów z nią współpracujących, zbieranie opinii w zakresie teorii i praktyk zarządzania innowacyjnością i dzielenie się wiedzą w tym zakresie.

Elektroniczna aplikacja rekrutacyjna on-line będzie przygotowana w taki sposób, aby każdy uczestnik, dokonujący zapisu, mógł jednocześnie uzyskać informację o pozostałych infoseminariach, konferencjach czy spotkaniach, będzie mógł poznać planowany program spotkania oraz prelegentów zaproszonych do udziału w spotkaniu. Oprócz preferowanej rejestracji on-line będą również przyjmowane zgłoszenia przesłane faxem i przekazane telefonicznie. Dodatkowo, dla zapewnienia właściwej ilości osób uczestniczących w projekcie, UMWM wykorzysta swoją bazę danych podmiotów gospodarczych, instytucji wsparcia biznesu, które do tej pory uczestniczyły w inicjatywach związanych z rozwojem i wspieraniem innowacyjności na Mazowszu. Jedynym kryterium doboru, będzie kolejność zgłoszeń beneficjentów, a w przypadku większej liczby zgłoszeń będą tworzone listy rezerwowe.

Zakłada się, iż w efekcie rekrutacji, w działaniach pilotażowych będzie uczestniczyło ok. 150 przedstawicieli/ek przedsiębiorstw, w tym ok. 15 osób z mikro, 50 osób z małych, 70 osób ze średnich oraz 15 osób z dużych przedsiębiorstw. Docelowo planuje się, że w projekcie będzie uczestniczyć ok. 150 przedsiębiorstw, w tym 15 mikro, 55 małych, 65 średnich, 15 dużych przedsiębiorstw. Ponadto co najmniej 65 przedstawicieli/ek jednostek samorządu terytorialnego i 25 przedstawicieli/ek podmiotów wspierających rozwój innowacyjności na Mazowszu. Na etapie składania wniosku trudno określić dokładnie parytet płci beneficjentów projektu, jednakże Wnioskodawca nie będzie faworyzował żadnej z nich, dbając o adekwatność wsparcia, analizując zarówno potrzeby kobiet jak i mężczyzn. Co więcej, przygotowując organizację poszczególnych imprez będzie brał pod uwagę także to, aby miejsca imprez były przystosowane dla osób wykluczonych, jakimi mogą być np.: osoby niepełnosprawne.

3.2.1 Przewidywana liczba osób/instytucji objętych wsparciem EFS w ramach projektu i ich status (ilościowe)

Status uczestnika	Liczba osób
Bezrobotni	0
w tym osoby długotrwale bezrobotne	0
Osoby nieaktywne zawodowo	0
w tym osoby uczące lub kształcące się	0
Zatrudnieni	240
w tym rolnicy	0
w tym samozatrudnieni	0
w tym zatrudnieni w mikroprzedsiębiorstwach	15
w tym zatrudnieni w małych przedsiębiorstwach	55

w tym zatrudnieni w średnich przedsiębiorstwach	65
w tym zatrudnieni w dużych przedsiębiorstwach	15
w tym zatrudnieni w administracji publicznej	65
w tym zatrudnieni w organizacjach pozarządowych	25
w tym pracownicy w szczególnie niekorzystnej sytuacji	0
Ogółem	240
w tym osoby należące do mniejszości narodowych i etnicznych	0
w tym migranci	0
w tym osoby niepełnosprawne	0
w tym osoby z terenów wiejskich	0

Przedsiębiorstwa objęte wsparciem	Ilość
Mikroprzedsiębiorstwa	15
Małe i średnie przedsiębiorstwa	120
Duże przedsiębiorstwa	15

3.3 Działania

1. Opisz działania podejmowane w projekcie, zgodnie z chronologią zadań wskazaną w budżecie i harmonogramie

Powyższy projekt pilotażowy obejmuje głównie działania przygotowawcze do utworzenia MSODI, jak również dotyczy planowanych działań promocyjno-informacyjnych mających na celu utworzenie sieci, przedstawiając również zakres jej przyszłej działalności. Budowa samej struktury sieci zostanie oparta na zapleczu techniczno-logistycznym, będącym w dyspozycji UMWM.

W ramach powyższego projektu wnioskodawca zakłada następujące zadania:

Zad.1 –prace przygotowawcze, w zakres których będą wchodzić głównie działania badawczo-analityczne dotyczące analizy obszaru działań MSODI. Ponadto, na tym etapie opracowane będą szczegółowe założenia funkcjonowania MSODI wraz z opracowaniem struktury zatrudnienia personelu, przeprowadzeniem analizy potrzeb szkoleniowych pod kątem obsługi administracyjnej i merytorycznej. Analiza zawierać będzie także modelowe schematy współpracy (powiązań) z innymi podmiotami na poziomie regionalnym i krajowym. Opracowane zostaną również założenia kampanii promocyjno informacyjnej wraz z koncepcją wizualizacji ośrodków doradczo-informacyjnych. Zadanie jest bardzo istotne dla realizacji projektu, ponieważ od jego wyników zależeć będzie struktura oraz zakres zadań MSODI. Na tym etapie wybrane firmy będą przede wszystkim zbierały informacje dotyczące oczekiwań oraz stanu wiedzy na temat innowacyjności wśród przedsiębiorców. Dodatkowo, wskaże ono obszary wiedzy wymagające szybkiego wsparcia a także rodzaj pomocy najbardziej preferowany przez sektor prywatny. Pozwoli to także ocenić dotychczasową działalność innych podmiotów w tym zakresie, co z pewnością wpłynie na opracowanie lepszej oferty produktowej ze strony MSODI. Kolejne prace w tym etapie odnosić się będą do opracowania szczegółowej struktury organizacyjnej dopasowanej do wymagań klientów wraz z określeniem profilu pracowników, którzy będą zatrudnieni w ośrodkach, mając na uwadze wskazane produkty jakich oczekują przedsiębiorcy. Ponadto, biorąc pod uwagę znaczenie MSODI w promowaniu postaw proinnowacyjnych oraz wdrażania nowych technologii, odrębnie zostaną przygotowane założenia kampanii promocyjno-informacyjnej (wraz z niezbędnymi narzędziami) a także koncepcja identyfikacji wizualnej ośrodków.

Zad.2 – Kampania promocyjno-informacyjna projektu mająca na celu wsparcie procesu tworzenia i późniejszego funkcjonowania MSODI, m.in. poprzez przygotowanie odpowiednich narzędzi promocji. W jej zakres będzie wchodziło m.in. przygotowanie portalu informacyjnego, wykonanie materiałów promocyjnych (z logotypem sieci, efs i UE): plakatów, ulotek, gadżetów promocyjnych (takich jak np.: pen-drive, długopisy, podkładki do komputera, torby). Dodatkowo w ramach narzędzi promocyjnych przygotowane zostaną bannery i ścianki wystawiennicze, które trafią do delegatur terenowych MSODI. Kluczowym elementem kampanii promocyjno-informacyjnej będzie organizacja 5 regionalnych infoseminariów (w sumie dla ok.250 osób) w Siedlcach, Ciechanowie, Radomiu, Płocku, Ostrołęce na temat innowacji i transferu technologii w regionie, a także roli jaką w tych działaniach odgrywać będzie MSODI. Dodatkowo zorganizowana zostanie konferencja podsumowująca (dla ok.100 osób) w Warszawie mająca na celu podsumowanie dotychczas zrealizowanych działań w ramach sieci oraz przedstawienie dalszych planów jej funkcjonowania. Infoseminaria oraz konferencja organizowane w ramach projektu mają mieć charakter informacyjno-promocyjny, a ich przesłaniem będzie jedynie informowanie o przebiegu projektu i jego wynikach oraz kształtowanie i podnoszenie kultury innowacji mieszkańców Mazowsza. Seminaria nie będą miały charakteru selektywnego. Projektodawcy nie zakładają prowadzenia jakiegokolwiek rodzaju zajęć szkoleniowych, czy doradczych, dlatego też nie zachodzi ryzyko udzielania przedsiębiorcom pomocy publicznej. Dla lepszego rozpropagowania powyższych działań przygotowany zostanie spot reklamowy, który będzie wemitowany na antenie telewizji regionalnych (np.: TVPInfo)

oraz zostaną zakupione ogłoszenia w prasie regionalnej. Zwieńczeniem kampanii będzie przygotowanie i wydrukowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych, który będzie dystrybuowany wśród grup docelowych objętych projektem pilotażowym. Powyższe działania pozwolą na lepszą identyfikację MSODI przez środowisko gospodarcze m.in. poprzez promocję i informację dotyczącą celów jej działalności i możliwości wsparcia jakie będzie dostępne z chwilą uruchomienia sieci. Co więcej, dzięki wykorzystaniu takich kanałów jak TV, informacja o prowadzeniu działań proinnowacyjnych przez UMWM będzie dostępna dla szerokiej grupy społeczeństwa WM, co również wpłynie na zwiększenie zainteresowania tematyką wdrażania innowacyjności w regionie.

Zad.3 – Monitoring i ewaluacja projektu –w ramach tego działania zostanie przeprowadzone badanie dotyczące skuteczności przekazu działań pilotażowych oraz poziomu identyfikacji marki MSODI. Będzie się ona opierała na zebranych danych z poszczególnych subregionów, w trakcie bezpośrednich spotkań z beneficjentami. Dzięki temu, możliwa będzie weryfikacja skuteczności kampanii promocyjno-informacyjnej, co pozwoli w przyszłości wyselekcjonować najlepsze kanały i narzędzia informacyjne dostosowane do specyfiki odbiorców z terenu WM. Prowadzona w tym celu ewaluacja będzie dotyczyła w głównej mierze rozpoznawalności marki MSODI oraz ogólnej wiedzy dotyczącej funkcjonowania sieci.

Zad.4 – Zarządzanie projektem – w ramach działania powołany zostanie zespół projektowy, w szczególności Kierownik Projektu i specjalista ds. merytorycznych w UMWM oraz koordynatorzy regionalni w delegaturach UMWM. Powyższa struktura zarządzania (szczegółowo opisana w pkt.3.5) zagwarantuje terminową realizację zadań i osiągnięcie zakładanych wskaźników. W ramach tego działania będą też dokonywane zakupy niezbędnego sprzętu informatyczno-multimedialnego (komputery, projektory multimedialne, aparaty fotograficzne). W ramach zarządzania projektem będą odbywać się robocze spotkania z koordynatorami regionalnymi w celu omówienia bieżących zadań i ewentualnych problemów związanych z realizacją projektu.

3.4 Rezultaty i Produkty

1. Opisz twarde i miękkie rezultaty oraz produkty projektu w odniesieniu do planowanych działań
2. Opisz w jaki sposób rezultaty i produkty będą monitorowane, badane
3. Opisz w jaki sposób rezultaty i produkty przyczynią się do realizacji celu projektu

W przypadku realizacji działań planowane są następujące produkty oraz rezultaty

Produkty projektu (sposób monitorowania: listy obecności, formularze zgłoszeniowe, baza danych, druki zamówień, protokoły zdawczo-odbiorcze):

- 5 zorganizowanych infoseminariów regionalnych dla ok. 250 uczestników/czek;
- organizacja 1 konferencji podsumowującej dla ok. 100 uczestników/czek;
- przygotowanie i wyemitowanie 1 spotu reklamowego w TV regionalnej;
- przygotowanie portalu informacyjnego m.in. umożliwiającego także rejestrację uczestników on-line;
- przeprowadzenie diagnozy wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie zbadania przyszłego obszaru działania MSODI;
- opracowanie założeń oraz standardów funkcjonowania MSODI wraz z opracowaniem struktury zatrudnienia personelu, analizą potrzeb szkoleniowych pod kątem obsługi administracyjnej i merytorycznej. Analiza zawierać będzie także modelowe schematy współpracy (powiązań) z innymi podmiotami na poziomie regionalnym i krajowym;
- opracowanie koncepcji działań informacyjno-promocyjnych realizowanych przez MSODI wraz z koncepcją wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej ośrodków doradczo-informacyjnych.

Rezultaty twarde projektu:

- przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej wśród około 350 uczestników/czek rozpowszechniającej wiedzę o działalności proinnowacyjnej w województwie i powstaniu MSODI (sposób monitorowania: potwierdzenia zakupu ogłoszeń spotów reklamowych, materiałów promocyjno informacyjnych, protokoły odbioru, listy obecności na infoseminariach i konferencji);
- stworzenie i wdrożenie szczegółowych założeń organizacyjnych MSODI w oparciu jednostkę zarządzającą (UMWM) i 5 delegatur regionalnych (sposób monitorowania: protokół zdawczo-odbiorczy);
- utworzenie zaplecza technicznego i lokalowego 6 ośrodków Mazowieckiej Sieci Ośrodków Doradczo Informacyjnych w zakresie Innowacji (sposób monitorowania: zgodnie z obowiązującymi regulaminami wewnętrznymi UMWM);
- podniesienie świadomości dot. innowacyjności wśród ok.150 uczestników/czek z sektora prywatnego, administracji publicznej i instytucji wspierających rozwój innowacyjności – o 50% (sposób monitorowania: ankiety, raporty z badań ewaluacyjnych);
- poszerzenie wiedzy z dziedziny rozwiązań innowacyjnych oraz transferu technologii u 150 przedsiębiorców oraz 65 przedstawicieli jst (sposób monitorowania: ankiety, badania, raporty);
- przygotowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych i dystrybucja go wśród co najmniej 1200 osób (sposób monitorowania: protokół zdawczo-odbiorczy, kopie zamówień).

Rezultaty miękkie projektu:

- wzrost zaangażowania/kreatywności uczestników projektu w proces wdrażania rozwiązań innowacyjnych u co najmniej 50% uczestników (sposób monitorowania: ankiety, raport);
- zwiększenie u co najmniej 50% przedstawicieli sektora MMŚP motywacji do wdrażania nowoczesnych technologii w swoich przedsiębiorstwach (sposób monitorowania: ankiety, raport).

Dzięki realizacji ww. rezultatów w założonym czasie, możliwe będzie osiągnięcie celów szczegółowych projektu, które zostały ukierunkowane na podniesienie ogólnospołecznej świadomości i zrozumienie potrzeby stosowania innowacyjnych rozwiązań, które mogą mieć pozytywny wpływ nie tylko na kondycję lokalnej gospodarki, ale również np.: na ochronę środowiska.

Zrealizowana kampania promocyjna powinna przyspieszyć proces budowania „regionu uczącego się”, o którym była mowa w uzasadnieniu wniosku. Wartością dodaną projektu jest umożliwienie, dzięki współfinansowaniu z EFS, bardziej kompleksowych działań ukierunkowanych na budowanie świadomości proinnowacyjnej w społeczeństwie WM.

3.5 Potencjał projektodawcy i zarządzanie projektem

1. Opisz doświadczenie w realizacji podobnych przedsięwzięć/projektów
2. Opisz w jaki sposób projekt będzie zarządzany
3. Jakie zaplecze techniczne oraz jaka kadra zaangażowane będą w realizację projektu (wskaż osoby/stanowiska w projekcie)
4. Wpisz przychody jakie osiągnął beneficjent/partnerstwo za poprzedni rok obrotowy
5. Opisz rolę partnerów lub innych instytucji zaangażowanych w projekt

UMWM od początku swojego istnienia, po przeprowadzonej reformie administracyjnej, zrealizował wiele przedsięwzięć o charakterze społeczno-inwestycyjnym, związanym z rozbudową infrastruktury ukierunkowanej na lepszą współpracę administracji i mieszkańców WM m.in.: utworzono 5 delegatur regionalnych UMWM, uczestniczono w międzynarodowym projekcie RIS MAZOVIA (realizowanym w ramach VI PR UE, w wyniku którego została opracowana Regionalna Strategia Innowacji dla Mazowsza) oraz w projekcie „Europejska Sieć Regionów Chemicznych” w ramach INTERREG III C. Oba projekty osiągnęły zamierzone rezultaty.

Mając na uwadze powyższe, UMWM jest kompleksowo przygotowany do realizacji przedmiotowego projektu, gdyż m.in. posiada niezbędną infrastrukturę lokalową na terenie Mazowsza w oparciu o swoje delegatury terenowe, wyposażone w meble biurowe, zaplecze techniczne niezbędne do utworzenia MSODI.

Struktura zarządzania projektem jest oparta o regulaminy UMWM, zgodnie z którymi nad całością realizacją projektu będzie czuwał Zastępca Dyrektora Departamentu, któremu bezpośrednio będzie podlegał Kierownik Projektu zatrudniony w jednostce zarządzającej siecią (UMWM). Do realizacji projektu w ramach DSiRR UMWM wyznaczono Wydział Innowacyjności, liczący obecnie 8 osób. W skład zespołu projektowego wejdzie 2 pracowników Wydziału, w wymiarze 0,5 etatu (kierownik i specjalista ds. merytorycznych), ponieważ zadania koordynowane przez Wydział nie ograniczają się jedynie do realizacji przedmiotowego projektu. Pozostali pracownicy zaangażowani do zespołu projektowego to koordynatorzy regionalni, 5 pracowników, po jednym z każdej Delegatury terenowej UMWM (Ciechanów, Ostrołęka, Siedlce, Płock, Radom), zatrudnieni od 4 miesiąca realizacji projektu, w wymiarze 0,5 etatu.

Zakres zadań poszczególnych osób zaangażowanych w realizację projektu wygląda następująco: Kierownik Projektu -posiadający doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze środków UE odpowiedzialny za zarządzanie projektem, nadzór nad właściwym przebiegiem i terminowością realizacji zadań, a także kontakty z instytucjami zewnętrznymi (MRR, MJWPU) oraz wykonawcami. Do jego zadań będzie należało zarządzanie zespołem projektowym, w tym: przydzielanie zadań oraz nadzorowanie ich realizacji, nadzór nad procedurą wyboru wykonawców usług i dostaw, bieżąca weryfikacja i aktualizacja harmonogramu projektu, identyfikacja i zarządzanie ryzykiem w projekcie, nadzór nad rekrutacją uczestników, a także sprawozdawczość wewnętrzną (dotyczącą realizacji projektu)dla UMWM.

Kierownika projektu wspierać będzie specjalista ds. merytorycznych. Do zakresu obowiązków należało będzie m.in. wskazanie kanałów promocyjnych, nadzór nad aktualnością portalu informacyjno-rekrutacyjnego, opracowanie wkładów do materiałów promocyjnych, rekrutacja uczestników, współorganizacja infoseminariów oraz konferencji podsumowującej. Ponadto osoba ta będzie odpowiedzialna za zgodność realizacji projektu z zasadami finansowania PO KL oraz przygotowanie wniosków o płatność. Dodatkowo będzie ona nadzorować prawidłowość przebiegu procedury zamówień publicznych, także uwzględniając dodatkowe zasady obowiązujące postępowania przetargowe (oraz zamówienia powyżej 5 tys. PLN) realizowane przez UMWM.

Ponadto, w skład zespołu projektowego wejdzie 5 koordynatorów regionalnych - pracowników Delegatur terenowych UMWM, (z Ciechanowa, Ostrołęki, Siedlec, Płocka, Radomia). Zostaną oni oddelegowani do pracy w projekcie od początku jego realizacji, jednak finansowanie połowy ich wynagrodzenia rozpocznie się od 4 miesiąca realizacji projektu, wtedy to osoby na tym stanowisku zostaną zaangażowane w organizację infoseminariów zaplanowanych w ramach projektu. Ponadto zostaną zobowiązane do nawiązania współpracy z lokalnymi podmiotami sektora badawczo-rozwojowego, uczelniami wyższymi przedsiębiorcami branż strategicznych etc. Dodatkowo osoby będą współpracowały ze specjalistą ds. merytorycznych w zakresie promocji projektu i jego rezultatów. Ponadto, od początku trwania projektu będą one też aktywnie wspomagać działania merytoryczne w ramach Zad.1 tj. zbierać potrzebne dane i informacje do przeprowadzenia badań i analiz ze swojego subregionu.

W celu podniesienia kompetencji koordynatorów regionalnych, zostaną oni objęci szkoleniami, realizowanymi w ramach

projektu systemowego pn. Podniesienie kompetencji kadr UMWM odpowiedzialnych za proces implementacji RSI - budowa nowoczesnych, profesjonalnych kadr regionu Mazowsza.

Dodatkowo dla zapewnienia należytej jakości realizacji projektu UMWM planuje zatrudnić eksperta zewnętrznego do spraw wdrożenia innowacji i budowy sieci, którego rolą będzie wsparcie konsultacyjno-doradcze pracowników UMWM m.in. w zakresie opracowania szczegółowych zasad dotyczących funkcjonowania ośrodków, przygotowania struktury organizacyjnej, zakresu zadań poszczególnych komórek w ośrodkach, zakresu obowiązków pracowników, schematu komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej.

Wnioskodawca przy doborze personelu będzie starał się nie faworyzować żadnej płci, a jedynymi kryteriami doboru kadry będą: posiadane doświadczenie oraz kwalifikacje merytoryczne.

Projekt będzie realizowany bez udziału partnerów.

IV. BUDŻET PROJEKTU

Kategoria	2009	2010	Ogółem
4.1 Koszty ogółem (4.1.1 + 4.1.2)	554 364,40 zł	444 540,50 zł	998 904,90 zł
4.1.1 Koszty bezpośrednie	554 364,40 zł	444 540,50 zł	998 904,90 zł
Zadanie 1: Prace przygotowawcze	293 000,00 zł	0,00 zł	293 000,00 zł
Zadanie 2: Kampania promocyjno-informacyjna	127 950,00 zł	276 325,00 zł	404 275,00 zł
Zadanie 3: Monitoring i ewaluacja projektu	0,00 zł	57 750,00 zł	57 750,00 zł
Zadanie 4: Zarządzanie projektem	133 414,40 zł	110 465,50 zł	243 879,90 zł
4.1.2 Koszty pośrednie	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
rozliczane ryczałtem 4.1.2/(4.1.1-4.1.3)	0,00 %	0,00 %	0,00 %
4.1.3 Cross-financing w kosztach ogółem	50 500,00 zł	0,00 zł	50 500,00 zł
jako % wartości projektu ogółem (4.1.3/4.1)	9,11 %	0,00 %	5,06 %
4.1.4 Współpraca ponadnarodowa w kosztach ogółem	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
jako % wartości projektu ogółem (4.1.4/4.1)	0,00 %	0,00 %	0,00 %
4.2 Przychód projektu	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
4.3 Wkład własny	41 577,33 zł	33 340,54 zł	74 917,87 zł
4.3.1 w tym wkład niepieniężny	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
4.3.2 w tym wkład prywatny	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
4.4 Wnioskowane dofinansowanie [4.1 – (4.2 + 4.3)]	512 787,07 zł	411 199,96 zł	923 987,03 zł
4.5 Oświadczam, iż ww. kwoty są kwotami zawierającymi VAT i podatek ten jest kwalifikowalny			
4.6 Koszt przypadający na jednego uczestnika:			4 162,10 zł

V. OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że informacje zawarte w niniejszym wniosku są zgodne z prawdą.

Oświadczam, że instytucja którą reprezentuję nie zalega z uiszczaniem podatków, jak również z opłacaniem składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, Fundusz Pracy, Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych lub innych należności wymaganych odrębnymi przepisami.

Oświadczam, że jestem uprawniony do reprezentowania beneficjenta w zakresie objętym niniejszym wnioskiem.

Oświadczam, że instytucja, którą reprezentuję nie podlega wykluczeniu, o którym mowa w art. 211 ustawy z dnia 30 czerwca 2005 r. o finansach publicznych (Dz. U. Nr 249, poz. 2104, z późn. zm.).

Oświadczam, że projekt jest zgodny z właściwymi przepisami prawa wspólnotowego i krajowego, w tym dotyczącymi zamówień publicznych oraz pomocy publicznej.

Oświadczam, że działania przewidziane do realizacji i wydatki przewidziane do poniesienia w ramach projektu nie są i nie będą współfinansowane z innych wspólnotowych instrumentów finansowych, w tym z innych funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.

Oświadczam, że informacje zawarte w niniejszym wniosku dotyczące pomocy publicznej w żądanej wysokości, w tym pomocy *de minimis*, o którą ubiega się beneficjent pomocy, są zgodne z przepisami ustawy z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej (Dz. U. z 2007 r. Nr 59, poz. 404, z późn. zm.) oraz z przepisami właściwego programu pomocowego.¹⁾

Jednocześnie wyrażam zgodę na udostępnienie niniejszego wniosku innym instytucjom oraz ekspertom dokonującym ewaluacji i oceny.

¹⁾ Dotyczy wyłącznie projektów objętych zasadami pomocy publicznej.

Data wypełnienia wniosku: 13.07.2009

Pieczęć i podpis osoby/ób uprawnionej/nych do podejmowania decyzji wiążących w stosunku do beneficjenta.

OŚWIADCZENIE PARTNERA/ÓW PROJEKTU

Ja/my niżej podpisany/a/i oświadczam/y, że

- zapoznałem/łam/liśmy się z informacjami zawartymi w niniejszym wniosku o dofinansowanie;
- zobowiązuję/emy się do realizowania projektu zgodnie z informacjami zawartymi w niniejszym wniosku o dofinansowanie.

Wypełnienie tej części nie jest wymagane

W przygotowaniu wniosku korzystałem/am z:

- nie korzystałem/am z pomocy
- szkolenia, doradztwa Regionalnego Ośrodka EFS w
- pomocy Punktu Informacyjnego w
- pomocy prywatnego konsultanta/płatnych szkoleń, doradztwa

Harmonogram realizacji projektu

Rok	2009/2010									Łącznie liczba uczestników
	-			-			-			
	9	10	11	12	1	2	3	4	5	
Zadanie 1 - Prace przygotowawcze										
Etap 1 - Wybór wykonawców poszczególnych działań merytorycznych										
Etap 2 - Przeprowadzenie diagnozy wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie zbadania przyszłego obszaru działania MSODI										
Etap 3 - Opracowanie założeń, standardów funkcjonowania MSODI wraz ze strukturą zatrudnienia, analizą potrzeb szkoleniowych i modelowymi schematami współpracy										
Etap 4 - Opracowanie koncepcji dotyczącej działań informacyjno-promocyjnych wraz z koncepcją wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej ośrodków MSODI										
Liczba uczestników										
Zadanie 2 - Kampania promocyjno-informacyjna										
Etap 1 - Wybór wykonawcy na przygotowanie portalu informacyjnego oraz wybór wykonawcy na przygotowanie materiałów promocyjnych										
Etap 2 - Przygotowanie materiałów promocyjnych (ulotek, plakatów, innych gadżetów) oraz utworzenie portalu										
Etap 3 - Wydrukowanie materiałów i przygotowanie gadżetów promocyjnych										
Etap 4 - Przygotowanie i wydrukowanie materiałów informacyjnych na infoseminaria										
Etap 5 - Wybór wykonawcy i przeprowadzenie kampanii reklamowej w prasie (wydruk ogłoszeń)										
Etap 6 - Wybór wykonawcy i przeprowadzenie kampanii promocyjnej w tv										
Etap 7 - Organizacja 5 infoseminariów										
Etap 8 - Przygotowanie i wydrukowanie materiałów informacyjnych na konferencji podsumowującej										
Etap 9 - Organizacja konferencji podsumowującej										
Etap 10 - Wybór wykonawcy na opracowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych										
Etap 11 - Przygotowanie koncepcji poradnika										
Etap 12 - Wydruk poradnika										
Etap 13 - Rekrutacja uczestników na infoseminaria i konferencję										
Liczba uczestników						250		100		350
Zadanie 3 - Monitoring i ewaluacja projektu										
Etap 1 - Wybór wykonawcy ewaluacji projektu										
Etap 2 - Przeprowadzanie badania wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie skuteczności działań pilotażowych i promocji MSODI										
Liczba uczestników								350		350
Zadanie 4 - Zarządzanie projektem										
Etap 1 - Zatrudnienie w ramach projektu kierownika projektu oraz specjalisty ds. merytorycznych										
Etap 2 - Zatrudnienie koordynatorów regionalnych										
Etap 3 - Wybór dostawcy i zakup niezbędnego sprzętu (laptopy, rzutniki, aparaty)										
Etap 4 - Nadzór nad realizacją projektu -Wynagrodzenie kierownika w ramach UM (1/2 etatu)										
Etap 5 - Wsparcie w zarządzaniu specjalisty ds merytorycznych										
Etap 6 - Wsparcie 5 koordynatorów regionalnych -wynagrodzenie na 1/2 etatu										

Szczegółowy budżet projektu

Kategoria	Cross-financing (T/N)	Pomoc publiczna (T/N)	j.m.	2009		
				Ilość	Cena jednost.	Łącznie
KOSZTY OGÓŁEM (4.1)				554 364,40 zł		
KOSZTY BEZPOŚREDNIE (4.1.1)				554 364,40 zł		
Zadanie1: Prace przygotowawcze				293 000,00 zł		
1. Przeprowadzenie diagnozy wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie zbadania przyszłego obszaru działania MSODI	NIE	NIE	usługa	1	55 000,00 zł	55 000,00 zł
2. Opracowanie założeń, standardów funkcjonowania MSODI wraz ze strukturą zatrudnienia, analizą potrzeb szkoleniowych i modelowymi schematami współpracy	NIE	NIE	usługa	1	138 000,00 zł	138 000,00 zł
3. Opracowanie koncepcji dotyczącej działań informacyjno-promocyjnych wraz z koncepcją wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej ośrodków MSODI	NIE	NIE	usługa	1	100 000,00 zł	100 000,00 zł
Zadanie2: Kampania promocyjno-informacyjna				127 950,00 zł		
4. Przygotowanie portalu informacyjnego w oparciu o stronę internetową projektu	NIE	NIE	usługa	1	30 000,00 zł	30 000,00 zł
5. Opracowanie wzorów plakatów, ulotek, gadżetów	NIE	NIE	usługa	1	15 000,00 zł	15 000,00 zł
6. Druk plakatów	NIE	NIE	sztuka	2500	3,50 zł	8 750,00 zł
7. Druk ulotek	NIE	NIE	sztuka	10000	0,30 zł	3 000,00 zł
8. Wykonanie gadżetów (komplet:pen-drive, długopis, podkładka do komputera, torba, etc.)	NIE	NIE	sztuka	380	140,00 zł	53 200,00 zł
9. Wyposażenie każdej Delegatury oraz UMW w baner, roll-up lub ściankę dotyczącą projektu	NIE	NIE	sztuka	6	3 000,00 zł	18 000,00 zł
10. Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - wynajem sali	NIE	NIE	dzień	0	0,00 zł	0,00 zł
11. Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - catering (2 przerwy kawowe + ciastka)	NIE	NIE	osoba	0	0,00 zł	0,00 zł
12. Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych na infoseminaria	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
13. Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w infoseminariach (co najmniej 3 ekspertów na infoseminarium)	NIE	NIE	osobodzień	0	0,00 zł	0,00 zł
14. Wynajem sali na konferencję podsumowującą	NIE	NIE	dzień	0	0,00 zł	0,00 zł
15. Catering dla uczestników konferencji podsumowującej (2 przerwy kawowe + bufet)	NIE	NIE	osoba	0	0,00 zł	0,00 zł
16. Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w	NIE	NIE	osobodzień	0	0,00 zł	0,00 zł

konferencji podsumowującej (co najmniej 5 ekspertów)						
17. Przygotowanie i wydruk materiałów konferencyjnych (prezentacje, materiały źródłowe)	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
18. Przygotowanie i emisja 1 telewizyjnego spotu reklamowego promującego innowacyjność na Mazowszu, ukazującego potencjał Województwa, informującego o pl	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
19. Kampania reklamowa w prasie regionalnej (ogłoszenia, reklamy)	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
20. Opracowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
21. Druk poradnika	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
Zadanie3: Monitoring i ewaluacja projektu						0,00 zł
22. Przeprowadzenie badania dotyczącego skuteczności przekazu działań pilotażowych oraz poziomu identyfikacji marki MSODI	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
Zadanie4: Zarządzanie projektem						133 414,40 zł
23. Wynagrodzenie kierownika projektu w ramach UM (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	4	4 906,60 zł	19 626,40 zł
24. Wynagrodzenie asystenta kierownika w ramach UM (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	4	3 364,50 zł	13 458,00 zł
25. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 1 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	1	2 663,60 zł	2 663,60 zł
26. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 2 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	1	2 663,60 zł	2 663,60 zł
27. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 3 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	1	2 663,60 zł	2 663,60 zł
28. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 4 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	1	2 663,60 zł	2 663,60 zł
29. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 5 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	1	2 663,60 zł	2 663,60 zł
30. Wynagrodzenie eksperta zewnętrznego z zakresu innowacji i budowy sieci	NIE	NIE	usługa	1	35 000,00 zł	35 000,00 zł
31. Koszty podróży osób zarządzających	NIE	NIE	km	1800	0,84 zł	1 512,00 zł
32. Zakup laptopów z oprogramowaniem	TAK	NIE	sztuka	6	5 500,00 zł	33 000,00 zł
33. Zakup rzutników multimedialnych	TAK	NIE	sztuka	5	3 000,00 zł	15 000,00 zł
34. Zakup aparatów fotograficznych	TAK	NIE	sztuka	5	500,00 zł	2 500,00 zł
KOSZTY POŚREDNIE (4.1.2)		NIE				0,00 zł
w tym objęte pomocą publiczną						0,00 zł
Koszty pośrednie rozliczane ryczałtem		NIE				0,00 %
Cross-financing w Kosztach ogółem (4.1.3)						50 500,00 zł 9,11 %
Współpraca ponadnarodowa w Kosztach ogółem (4.1.4)						0,00 zł 0,00 %
Wydatki objęte pomocą pozostałą						554 364,40 zł

Wydatki objęte pomocą publiczną	0,00 zł
Wkład prywatny	0,00 zł

Szczegółowy budżet projektu

Kategoria	Cross-financing (T/N)	Pomoc publiczna (T/N)	j.m.	2010		
				Ilość	Cena jednost.	Łącznie
KOSZTY OGÓŁEM (4.1)				444 540,50 zł		
KOSZTY BEZPOŚREDNIE (4.1.1)				444 540,50 zł		
Zadanie1: Prace przygotowawcze				0,00 zł		
1. Przeprowadzenie diagnozy wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie zbadania przyszłego obszaru działania MSODI	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
2. Opracowanie założeń, standardów funkcjonowania MSODI wraz ze strukturą zatrudnienia, analizą potrzeb szkoleniowych i modelowymi schematami współpracy	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
3. Opracowanie koncepcji dotyczącej działań informacyjno-promocyjnych wraz z koncepcją wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej ośrodków MSODI	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
Zadanie2: Kampania promocyjno-informacyjna				276 325,00 zł		
4. Przygotowanie portalu informacyjnego w oparciu o stronę internetową projektu	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
5. Opracowanie wzorów plakatów, ulotek, gadżetów	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
6. Druk plakatów	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
7. Druk ulotek	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
8. Wykonanie gadżetów (komplet:pen-drive, długopis, podkładka do komputera, torba, etc.)	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
9. Wyposażenie każdej Delegatury oraz UMW w baner, roll-up lub ściankę dotyczącą projektu	NIE	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
10. Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - wynajem sali	NIE	NIE	dzień	5	2 500,00 zł	12 500,00 zł
11. Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - catering (2 przerwy kawowe + ciastka)	NIE	NIE	osoba	250	30,00 zł	7 500,00 zł
12. Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych na infoseminaria	NIE	NIE	sztuka	255	25,00 zł	6 375,00 zł
13. Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w infoseminariach (co najmniej 3 ekspertów na infoseminarium)	NIE	NIE	osobodzień	15	4 000,00 zł	60 000,00 zł
14. Wynajem sali na konferencję podsumowującą	NIE	NIE	dzień	1	5 000,00 zł	5 000,00 zł
15. Catering dla uczestników konferencji podsumowującej (2 przerwy kawowe + bufet)	NIE	NIE	osoba	105	160,00 zł	16 800,00 zł
16. Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w	NIE	NIE	osobodzień	5	3 000,00 zł	15 000,00 zł

konferencji podsumowującej (co najmniej 5 ekspertów)						
17. Przygotowanie i wydruk materiałów konferencyjnych (prezentacje, materiały źródłowe)	NIE	NIE	sztuka	105	30,00 zł	3 150,00 zł
18. Przygotowanie i emisja 1 telewizyjnego spotu reklamowego promującego innowacyjność na Mazowszu, ukazującego potencjał Województwa, informującego o pl	NIE	NIE	usługa	1	50 000,00 zł	50 000,00 zł
19. Kampania reklamowa w prasie regionalnej (ogłoszenia, reklamy)	NIE	NIE	usługa	1	30 000,00 zł	30 000,00 zł
20. Opracowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych	NIE	NIE	usługa	1	40 000,00 zł	40 000,00 zł
21. Druk poradnika	NIE	NIE	sztuka	1500	20,00 zł	30 000,00 zł
Zadanie3: Monitoring i ewaluacja projektu						57 750,00 zł
22. Przeprowadzenie badania dotyczącego skuteczności przekazu działań pilotażowych oraz poziomu identyfikacji marki MSODI	NIE	NIE	usługa	1	57 750,00 zł	57 750,00 zł
Zadanie4: Zarządzanie projektem						110 465,50 zł
23. Wynagrodzenie kierownika projektu w ramach UM (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	4 906,60 zł	24 533,00 zł
24. Wynagrodzenie asystenta kierownika w ramach UM (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	3 364,50 zł	16 822,50 zł
25. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 1 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	2 663,60 zł	13 318,00 zł
26. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 2 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	2 663,60 zł	13 318,00 zł
27. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 3 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	2 663,60 zł	13 318,00 zł
28. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 4 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	2 663,60 zł	13 318,00 zł
29. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 5 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	5	2 663,60 zł	13 318,00 zł
30. Wynagrodzenie eksperta zewnętrznego z zakresu innowacji i budowy sieci	NIE	NIE	usługa	0	0,00 zł	0,00 zł
31. Koszty podróży osób zarządzających	NIE	NIE	km	3000	0,84 zł	2 520,00 zł
32. Zakup laptopów z oprogramowaniem	TAK	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
33. Zakup rzutników multimedialnych	TAK	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
34. Zakup aparatów fotograficznych	TAK	NIE	sztuka	0	0,00 zł	0,00 zł
KOSZTY POŚREDNIE (4.1.2)		NIE				0,00 zł
w tym objęte pomocą publiczną						0,00 zł
Koszty pośrednie rozliczane ryczałtem		NIE				0,00 %
Cross-financing w Kosztach ogółem (4.1.3)						0,00 zł
						0,00 %
Współpraca ponadnarodowa w Kosztach ogółem (4.1.4)						0,00 zł
						0,00 %
Wydatki objęte pomocą pozostałą						444 540,50 zł

Wydatki objęte pomocą publiczną	0,00 zł
Wkład prywatny	0,00 zł

Szczegółowy budżet projektu

Kategoria	Cross-financing (T/N)	Pomoc publiczna (T/N)	j.m.	Razem
KOSZTY OGÓLEM (4.1)				998 904,90 zł
KOSZTY BEZPOŚREDNIE (4.1.1)				998 904,90 zł
Zadanie1: Prace przygotowawcze				293 000,00 zł
1. Przeprowadzenie diagnozy wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie zbadania przyszłego obszaru działania MSODI	NIE	NIE	usługa	55 000,00 zł
2. Opracowanie założeń, standardów funkcjonowania MSODI wraz ze strukturą zatrudnienia, analizą potrzeb szkoleniowych i modelowymi schematami współpracy	NIE	NIE	usługa	138 000,00 zł
3. Opracowanie koncepcji dotyczącej działań informacyjno-promocyjnych wraz z koncepcją wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej ośrodków MSODI	NIE	NIE	usługa	100 000,00 zł
Zadanie2: Kampania promocyjno-informacyjna				404 275,00 zł
4. Przygotowanie portalu informacyjnego w oparciu o stronę internetową projektu	NIE	NIE	usługa	30 000,00 zł
5. Opracowanie wzorów plakatów, ulotek, gadżetów	NIE	NIE	usługa	15 000,00 zł
6. Druk plakatów	NIE	NIE	sztuka	8 750,00 zł
7. Druk ulotek	NIE	NIE	sztuka	3 000,00 zł
8. Wykonanie gadżetów (komplet:pen-drive, długopis, podkładka do komputera, torba, etc.)	NIE	NIE	sztuka	53 200,00 zł
9. Wyposażenie każdej Delegatury oraz UMWM w baner, roll-up lub ściankę dotyczącą projektu	NIE	NIE	sztuka	18 000,00 zł
10. Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - wynajem sali	NIE	NIE	dzień	12 500,00 zł
11. Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - catering (2 przerwy kawowe + ciastka)	NIE	NIE	osoba	7 500,00 zł
12. Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych na infoseminaria	NIE	NIE	sztuka	6 375,00 zł
13. Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w infoseminariach (co najmniej 3 ekspertów na infoseminarium)	NIE	NIE	osobodzień	60 000,00 zł
14. Wynajem sali na konferencję podsumowującą	NIE	NIE	dzień	5 000,00 zł
15. Catering dla uczestników konferencji podsumowującej (2 przerwy kawowe + bufet)	NIE	NIE	osoba	16 800,00 zł
	NIE	NIE	osobodzień	15 000,00 zł

Suma kontrolna: 3F8D-29FF-D779-DD0A

16. Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w konferencji podsumowującej (co najmniej 5 ekspertów)				
17. Przygotowanie i wydruk materiałów konferencyjnych (prezentacje, materiały źródłowe)	NIE	NIE	sztuka	3 150,00 zł
18. Przygotowanie i emisja 1 telewizyjnego spotu reklamowego promującego innowacyjność na Mazowszu, ukazującego potencjał Województwa, informującego o pl	NIE	NIE	usługa	50 000,00 zł
19. Kampania reklamowa w prasie regionalnej (ogłoszenia, reklamy)	NIE	NIE	usługa	30 000,00 zł
20. Opracowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych	NIE	NIE	usługa	40 000,00 zł
21. Druk poradnika	NIE	NIE	sztuka	30 000,00 zł
Zadanie3: Monitoring i ewaluacja projektu				57 750,00 zł
22. Przeprowadzenie badania dotyczącego skuteczności przekazu działań pilotażowych oraz poziomu identyfikacji marki MSODI	NIE	NIE	usługa	57 750,00 zł
Zadanie4: Zarządzanie projektem				243 879,90 zł
23. Wynagrodzenie kierownika projektu w ramach UM (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	44 159,40 zł
24. Wynagrodzenie asystenta kierownika w ramach UM (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	30 280,50 zł
25. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 1 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	15 981,60 zł
26. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 2 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	15 981,60 zł
27. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 3 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	15 981,60 zł
28. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 4 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	15 981,60 zł
29. Wynagrodzenie koordynatora - Delegatura 5 (1/2 etatu)	NIE	NIE	wynagrodzenie	15 981,60 zł
30. Wynagrodzenie eksperta zewnętrznego z zakresu innowacji i budowy sieci	NIE	NIE	usługa	35 000,00 zł
31. Koszty podróży osób zarządzających	NIE	NIE	km	4 032,00 zł
32. Zakup laptopów z oprogramowaniem	TAK	NIE	sztuka	33 000,00 zł
33. Zakup rzutników multimedialnych	TAK	NIE	sztuka	15 000,00 zł
34. Zakup aparatów fotograficznych	TAK	NIE	sztuka	2 500,00 zł
KOSZTY POŚREDNIE (4.1.2)		NIE		0,00 zł
w tym objęte pomocą publiczną				0,00 zł
Koszty pośrednie rozliczane ryczałtem		NIE		0,00 %
Cross-financing w Kosztach ogółem (4.1.3)				50 500,00 zł 5,06 %
Współpraca ponadnarodowa w Kosztach ogółem (4.1.4)				0,00 zł 0,00 %

Wydatki objęte pomocą pozostałą	998 904,90 zł
Wydatki objęte pomocą publiczną	0,00 zł
Wkład prywatny	0,00 zł

L.p.	Uzasadnienie kosztów: (obowiązkowe jedynie dla cross-finansingu i kosztów pośrednich)
0	<p>Uzasadnienie dla cross-finansingu i kosztów pośrednich w projekcie: Uzasadnienie: UMM nie planuje w ramach projektu dofinansowania kosztów pośrednich. W przypadku kosztów cross - finansingu dotyczącego zakupu sprzętu w postaci laptopów, rzutników multimedialnych oraz aparatów fotograficznych należy wyjaśnić, iż powyższy sprzęt jest niezbędny do prawidłowego funkcjonowania jednostki zarządzającej siecią oraz ośrodków regionalnych MSODI. Powyższy sprzęt będzie wykorzystywany przede wszystkim do bieżącej pracy koordynatorów i kierownika projektu, w trakcie prowadzonej kampanii promocyjno informacyjnej oraz w związku z bieżącymi zadaniami takimi jak gromadzenie danych uczestników, wysyłanie informacji, tworzenie list uczestników poszczególnych imprez, przygotowanie bieżących pism i zawiadomień. Poza tym w przypadku aparatów fotograficznych są one potrzebne do sprządzenia dokumentacji fotograficznej w trakcie prowadzonej kampanii. Na dzień dzisiejszy Urząd nie jest w stanie samodzielnie wyposażyć sieć MSODI w powyższy sprzęt.</p>
1	<p>Uzasadnienie: Przeprowadzenie diagnozy wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie zbadania przyszłego obszaru działania MSODI. Koszty powyższej analizy zostały oszacowane na podstawie wcześniej przeprowadzanych analiz w podobnym zakresie. Dokonano wstępnej weryfikacji cen wśród firm doradczych z lokalnego rynku warszawskiego. Zakłada się zakup takiej usługi zewnętrznej w oparciu o określony zestaw narzędzi badawczych, zakładając również wykonywanie działań o charakterze wyjazdowym np: zebranie informacji z subregionów. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
2	<p>Uzasadnienie: Opracowanie założeń oraz standardów funkcjonowania MSODI wraz z opracowaniem struktury zatrudnienia personelu, analizą potrzeb szkoleniowych pod kątem obsługi administracyjnej i merytorycznej. Analiza zawierać będzie także modelowe schematy współpracy (powiązań) z innymi podmiotami na poziomie regionalnym i krajowym. Dokonano wstępnej weryfikacji cen wśród firm doradczych z lokalnego rynku warszawskiego. Zakłada się zakup takiej usługi zewnętrznej w oparciu o określony zestaw narzędzi badawczych. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
3	<p>Uzasadnienie: Opracowanie koncepcji działań informacyjno-promocyjnych realizowanych przez MSODI wraz z koncepcją wizualizacji zewnętrznej i wewnętrznej ośrodków doradczo-informacyjnych. Koszty powyższej usługi zostały oszacowane na podstawie ofert zebranych wśród potencjalnych wykonawców (agencji reklamowych i PR), a także na podstawie analizy wcześniej zakupionych usług w podobnym zakresie. Dokonano wstępnej weryfikacji cen wśród firm doradczych z lokalnego rynku warszawskiego. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
4	<p>Uzasadnienie: Przygotowanie portalu informacyjnego Powyższa usługa została oszacowana na podstawie ustaleń z działem informatycznym urzędu oraz na podstawie ofert pozyskanych od firm informatycznych współpracujących z urzędem. Szacując wartość zamówienia wzięto pod uwagę funkcjonalność portalu i zadania jakie ma pełnić. Przeprowadzono także wstępne konsultacje w tym temacie z firmami informatycznymi. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
5	<p>Uzasadnienie: Opracowanie wzorów plakatów, ulotek, gadżetów. Określając kwotę powyższej usługi brano pod uwagę wcześniejsze usługi zamawiane w tym zakresie przez UM, mając na uwadze ilość oraz jakość przedmiotowych narzędzi promocji. Ponadto przeprowadzono konsultacje w tym zakresie z firmami reklamowymi przygotowującymi tego typu narzędzia promocji. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
6	<p>Uzasadnienie: Druk plakatów i ulotek. W przypadku szacowania kosztów wydruku bazowano na wcześniejszych umowach urzędu z drukarniami z terenu Warszawy. Koszt takich usług oszacowano biorąc pod uwagę ilość zamawianych materiałów i ich jakość odnośnie np: papieru na jakim mają być przygotowywane. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
7	<p>Uzasadnienie: Wykonanie gadżetów (komplet:pen-drive, długopis, podkładka do komputera, torba, etc.), banerów, roll-upów. W przypadku przygotowania gadżetów promocyjnych, kwotę zamówienia oszacowano na podstawie konsultacji z pracownikiem zajmującym się promocją w Urzędzie Marszałkowskim oraz na podstawie skierowanych zapytań do firm zajmujących się realizacją zamówień na materiały promocyjne, biorąc pod uwagę ilość zamawianych gadżetów. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
8	<p>Uzasadnienie: Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - wynajem sali. Kwotę wynajmu sal ustalono na podstawie analizy cen podobnych sal (przy założeniu że sala ma pomieścić 50 osób, ma posiadać w pełne wyposażenie techniczne w tym sprzęt nagłaśniający, projektory multimedialne). Została ona uśredniona za 1 dzień wynajmu sali.</p>
9	

	<p>Uzasadnienie: Organizacja 5 jednodniowych infoseminariów - catering (2 przerwy kawowe + serwis kawowy). Kwota za usługę cateringową została skalkulowana na 1 osobę, stawka oszacowana została na podstawie dokonanej konsultacji z hotelami oraz firmami cateringowymi (przy założeniu 2 przerw kawowych oraz serwisie kawowym).</p>
10	<p>Uzasadnienie: Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych na infoseminaria. Koszt przygotowania i wydrukowania materiałów oszacowano na podstawie wcześniejszych takich zamówień dokonywanych przez urząd biorąc pod uwagę wielkość zamówienia oraz standard przygotowywanych materiałów szkoleniowych.</p>
11	<p>Uzasadnienie: Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w infoseminariach. Wynagrodzenie ekspertów prowadzących infoseminaria zostało skalkulowane - za 1 dzień pracy - 8 h. W ramach wynagrodzenia eksperci powinni pokryć swoje koszty dojazdu oraz koszt żywienia. Wynagrodzenie zostało dostosowane do wymogów dotyczących ekspertów pod kątem ich doświadczenia, kwalifikacji oraz wiedzy z dziedziny innowacyjności.</p>
12	<p>Uzasadnienie: Wynajem sali na konferencję podsumowującą. Kwotę wynajmu sali ustalono na podstawie analizy cen podobnych sal w Warszawie (przy założeniu, że sala ma pomieścić 100 osób, ma posiadać pełne wyposażenie techniczne w tym sprzęt nagłaśniający, projektory multimedialne). Cena została skalkulowana za 1 dzień wynajmu sali.</p>
13	<p>Uzasadnienie: Catering dla uczestników konferencji podsumowującej (2 przerwy kawowe + lunch) Kwota za usługę cateringową została skalkulowana na 1 osobę, stawka oszacowana została na podstawie dokonanej konsultacji z hotelami oraz firmami cateringowymi (przy założeniu 2 przerw kawowych oraz organizacji lunchu).</p>
14	<p>Uzasadnienie: Wynagrodzenie ekspertów zewnętrznych uczestniczących w konferencji podsumowującej. Wynagrodzenie ekspertów prowadzących konferencję podsumowującą zostało skalkulowane - za 1 dzień pracy - 8 h. W ramach wynagrodzenia eksperci powinni pokryć swoje koszty dojazdu oraz koszt żywienia. Wynagrodzenie zostało dostosowane do wymogów dotyczących ekspertów pod kątem ich doświadczenia, kwalifikacji oraz wiedzy z dziedziny innowacyjności.</p>
15	<p>Uzasadnienie: Przygotowanie i wydruk materiałów konferencyjnych (prezentacje, materiały źródłowe). Koszt przygotowania i wydrukowania materiałów oszacowano na podstawie wcześniejszych takich zamówień dokonywanych przez urząd biorąc pod uwagę wielkość zamówienia oraz standard przygotowywanych materiałów.</p>
16	<p>Uzasadnienie: Przygotowanie i emisja 1 telewizyjnego spotu reklamowego promującego innowacyjność na Mazowszu, ukazującego potencjał Województwa, informującego o planowanych działaniach sieci etc. Koszt spotu telewizyjnego został określony na podstawie konsultacji z właściwymi stacjami telewizyjnymi, zgodnie z obowiązującymi zasadami dotyczącymi długości emisji oraz pasma w jakim ma być on wyemitowany.</p>
17	<p>Uzasadnienie: Kampania reklamowa w prasie regionalnej. Koszty reklam i ogłoszeń prasowych oszacowano na podstawie weryfikacji cenników dostępnych w domach mediowych.</p>
18	<p>Uzasadnienie: Opracowanie poradnika dobrych praktyk innowacyjnych. W przypadku przygotowania poradnika dobrych praktyk wartość zamówienia uwzględnia nakład w wys.1500 szt. A także koszty pracy eksperta przygotowującego materiał do poradnika.</p>
19	<p>Uzasadnienie: Druk poradnika. W przypadku wydruku bazowano na wcześniejszych umowach urzędu z drukarniami z terenu Warszawy.</p>
20	<p>Uzasadnienie: Przeprowadzanie badania wśród przedsiębiorców i innych podmiotów w zakresie skuteczności działań pilotażowych i promocji. Koszty powyższej analizy zostały oszacowane na podstawie wcześniej przeprowadzanych analiz w podobnym zakresie. Dokonano wstępnej weryfikacji cen wśród firm doradczych z lokalnego rynku warszawskiego. Zakłada się zakup takiej usługi zewnętrznej w oparciu o określony zestaw narzędzi badawczych. Ponadto koszt uwzględnia także wyjazdowy charakter badań, w kontekście zbierania danych z poszczególnych subregionów. Wybór wykonawcy będzie oparty o procedury UZP.</p>
21	<p>Uzasadnienie: Wynagrodzenie kierownika projektu w ramach UM (1/2 etatu). Wynagrodzenie kierownika projektu zostało oszacowane zgodnie z zasadami określonymi w zasadach finansowania PO</p>

	KL, uwzględnienia ono składki na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne oraz wypłaty, wynikające z regulaminów wewnętrznych, podlegające opodatkowaniu. Są one zgodne z poziomem wynagrodzeń obowiązujących w Urzędzie Marszałkowskim.
22	Uzasadnienie: Wynagrodzenie specjalisty ds. merytorycznych w ramach UM (1/2 etatu). Wynagrodzenie specjalisty ds. merytorycznych zostało oszacowane zgodnie z zasadami określonymi w zasadach finansowania PO KL, uwzględnienia ono składki na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne oraz wypłaty, wynikające z regulaminów wewnętrznych, podlegające opodatkowaniu. Są one zgodne z poziomem wynagrodzeń obowiązujących w Urzędzie Marszałkowskim.
23	Uzasadnienie: Wynagrodzenie koordynatorów regionalnych. Wynagrodzenie koordynatorów regionalnych zostało oszacowane zgodnie z zasadami określonymi w zasadach finansowania PO KL, uwzględnienia ono składki na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne oraz wypłaty, wynikające z regulaminów wewnętrznych, podlegające opodatkowaniu. Są one zgodne z poziomem wynagrodzeń obowiązujących w delegaturach Urzędu Marszałkowskiego.
24	Uzasadnienie: Wynagrodzenie eksperta zewnętrznego z zakresu innowacji i budowy sieci (zakup usługi). Wynagrodzenie eksperta zostało oszacowane po konsultacjach z ekspertami współpracującymi, posiadającymi stosowne doświadczenie i umiejętności w zakresie w którym mają oni świadczyć doradztwo. Określono także ilość dniówek (ok. 29 dniówek) niezbędnych do realizacji właściwej pomocy doradczej.
25	Uzasadnienie: Koszty podróży osób zarządzających. W przypadku kosztów podróży, przyjęto stawkę za kilometr (0,8358) zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Transportu z dnia 23 października 2007 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie warunków ustalania oraz sposobu dokonywania zwrotu kosztów używania do celów służbowych samochodów osobowych, motocykli i motorowerów niebędących własnością pracodawcy, (zaokrąglona przez Generator do 0,84).

Metodologia wyliczenia dofinansowania i wkładu prywatnego w ramach wydatków objętych pomocą publiczną.