

STRATEGIA KOMUNIKACYJNA

PRAWA STAROŚCI

PROJEKT DYPLOMOWY:

MARTA RUMIŃSKA

ALKSANDRA GRUDZIŃSKA

SONIA GOŁDA

Bydgoszcz, czerwiec 2012 r.

STRATEGIA KOMUNIKACYJNA

Spis treści:

I. Analiza otoczenia

1. Tytuł projektu
2. Okres realizacji projektu
3. Opis wydarzenia
4. Osoba podejmujące decyzję w imieniu wnioskodawcy
5. Analiza konkurencji oraz potencjalnych partnerów
6. Analiza SWOT
7. Dane statystyczne (prognozy) Głównego Urzędu Statystycznego
8. Kwestionariusz i analiza pozyskanych danych

II. Analiza wizerunku organizacji

III. Formułowanie celów i rezultatów

1. Cele ogólne i szczegółowe
2. Rezultaty miękkie
3. Rezultaty twarde

IV. Definiowanie grup docelowych i tworzenie mapy medialnej

1. Opis grup docelowych
2. Mapa medialna

V. Marketing mix

1. Produkt
2. Cena
3. Dystrybucja
4. Promocja (image, narzędzia promocji)

VI. Harmonogram

VII. Podział zadań

VIII. Budżet

I. Analiza otoczenia

1. Temat i tytuł projektu

„Prawa starości” – rok 2012 ogłoszony został **Europejskim Rokiem Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej**, co stanowi dobre podłoże dla dalszych działań w sferze aktywizacji osób starszych, oraz zwrócenia uwagi społeczeństwa na problem wykluczenia tych osób z życia kulturalnego polskich miast.

Ważnym czynnikiem demograficznym są prognozy Głównego Urzędu Statystycznego, według których w kolejnych latach wzrastać będzie liczba osób po 60 roku życia.

Tytuł projektu „Prawa starości” dyktowany jest tym, że tak samo jak młodość, starość- ma swoje prawa, które powinny być szanowane i respektowane przez osoby młode.

Według „Manifestu przeciwko kultowi młodości” Esther Vilar:

W oczach społeczeństwa starość nie przedstawia sobą żadnej wartości: jesień życia stała się czymś z definicji negatywnym- kojarzy się głównie z nieczynnością zawodową, brakiem celu, brakiem radości życia, po prostu brakiem młodości.

Autorka porusza bardzo ważny temat wykluczenia osób starszych, oraz kultu młodości, który stał się obecnie jedynym sposobem przetrwania w społeczeństwie.

2. Okres realizacji projektu

- a) Okres przygotowawczy: październik 2011 – maj 2012
- b) Okres realizacyjny: 1-2 czerwca 2012

3. Opis wydarzenia

Na wydarzenie kulturalne „Prawa starości” składać się będzie cykl warsztatów, projekcji filmowych, wykładów oraz dyskusji.

Przez dwa dni w APK przy Wyższej Szkole Gospodarki studenci oraz osoby starsze będą mogły wziąć udział w:

1. warsztatach tanecznych (na warsztaty taneczne składać się będą 2 bloki po 45 min.)
2. projekcji filmów (widzom zaprezentowane zostaną 2 filmy, w których w nietypowy sposób został przedstawiony motyw starości)
3. projekcji clipów (mix, na który składać się będą fragmenty teledysków artystów po 60 roku życia)
4. wykładach:
 - a) motyw starości w filmie (dr M. Wichrowska) – 45 min
 - b) motyw starości w sztuce (mgr M. Ipczyńska- Budziak) – 45 min
 - c) stereotyp starości w reklamie (Cezary Wojtczak) – 45 min
 - d) słowo „starość” w języku (dr M. Kowalczyk) – 45 min
5. happening poprzedzający całe wydarzenie.

Podczas wydarzenia zostaną również poruszone tematy aktywności obywatelskiej, oraz zostaną wykorzystane fragmenty dzieł literackich poruszających motyw starości.

Całe wydarzenie poprzedzi wernisaż prac studentów, na których zobaczyć będzie można zdjęcia osób starszych z perspektywy młodych ludzi, oraz prace grafików przedstawiające okładki kobiecych czasopism prezentujące kobiety po 60 roku życia.

4. Osoba podejmujące decyzję w imieniu wnioskodawcy:

DANE BENEFICJENTA - WNIOSKODAWCY	Akademicka Przestrzeń Kulturalna przy Wyższej Szkole Gospodarki
PROJEKTODAWCY	Marta Rumińska, Aleksandra Grudzińska, Sonia Gołda
STATUS PRAWNY [5]	
NIP[6]	9671045448
REGON[7]	092386249

ADRES SIEDZIBY	ul. Garbary
	NR DOMU - 2
	NR LOK -
	MIEJSCOWOŚĆ: Bydgoszcz
	KOD POCZTOWY: 85-229
	TELEFON/FAX/E-MAIL Tel. 52 567 00 57 e-mail: apk@byd.pl
OSOBA DO KONTAKTÓW ROBOCZYCH – MOGĄCA UDZIELIĆ INFORMACJI	IMIĘ I NAZWISKO-STANOWISKO SŁUŻBOWE: Aleksandra Grudzińska
	NUMER TEL. 784770347
	ADRES POCZTY ELEKTR. aleksandra90@poczta.onet.pl
	ADRES: ul. Lotnicza 64, 88-100 Inowrocław
PARTNERZY	TAK
	CAFE PIANOLA
	UL. JAGIELLOŃSKA 2
	STATUS PRAWNY -

5. Analiza konkurencji oraz potencjalnych partnerów

1. **Uniwersytet Kazimierza Wielkiego**

Idea: Celem Kazimierzowskiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku jest promocja wiedzy przyrodniczo-humanistycznej oraz realizacja przesłania dotyczącego zaangażowanego życia w okresie późnej dorosłości.

Forma: Słuchacze mogą brać udział w wykładach prezentowanych najczęściej raz do dwóch w miesiącu przez pracowników naukowych uniwersytetu, a także w dodatkowych imprezach.

Zajęcia : Wykłady dotyczą tematyki związanej z psychologią, zdrowiem, historią, polityką, kulturą, a także biologią i przyrodą.

Kontakt: tel. 52 341 91 00

2. **Wyższa Szkoła Gospodarki**

Idea: Aktywizacja osób dojrzałych poprzez popularyzowanie aktywnego sposobu życia. Oprócz pogłębiania wiedzy i rozwoju zainteresowań, aktywizacji umysłowej i fizycznej, UTW w WSG chce umożliwić nawiązywanie kontaktów interpersonalnych w grupie osób o podobnych zainteresowaniach.

Forma: Wykłady audytoryjne odbywają się co dwa tygodnie, a ich tematyka obejmuje zagadnienia z różnych dziedzin nauki przeprowadzane głównie przez kadrę naukową Wyższej Szkoły Gospodarki. Dwuletni cykl wykładów składa się z 32 spotkań, po osiem w każdym semestrze. Każdy słuchacz UTW otrzymuje indeks, legitymację oraz dyplom ukończenia dwuletniej edycji. Zajęcia: Oprócz wykładów można korzystać z zajęć dodatkowych takich jak: lektoraty języków obcych (angielski, niemiecki, w przygotowaniu rosyjski), warsztaty informatyczne, trening pamięci, warsztaty psychologiczne, joga, taniec, turystyka, kultura i sztuka, basen, nordic walking. Uczelnia organizuje też wycieczki autokarowe, piesze, cykliczne do opery i teatru oraz imprezy okolicznościowe np. andrzejki, mikołajki, spotkania wigilijne, walentynki itd.

Kontakt: tel. 52 567 00 63/68.

3. Wyższa Szkoła Środowiska

Idea: Powołując Uniwersytet Trzeciego Wieku uczelnia realizuje jeden z wiodących procesów Deklaracji Bolońskiej, jakim jest kształcenie ustawiczne. Podstawowym zadaniem uniwersytetu jest umożliwienie osobom starszym włączenie się do tego procesu poprzez systematyczne pogłębianie wiedzy i poszerzanie zainteresowań.

Forma: Wykłady i seminaria prowadzone raz w tygodniu (maksymalnie 3 godz. lekcyjne). Zajęcia odbywać się będą od października do czerwca. Słuchaczem Uniwersytetu Trzeciego Wieku może zostać każdy, kto osiągnął wiek emerytalny lub jest na rencie, bez względu na poziom wykształcenia. Zajęcia: Zakres tematyczny zajęć dydaktycznych obejmuje różne dziedziny, takie jak: zdrowie i medycyna, psychologia, ochrona środowiska, rolnictwo ekologiczne, agroturystyka, sztuka, historia sztuki, architektura krajobrazu, lotnictwo, informatyka, języki obce.

Zapisy: Od 1 września do wyczerpania miejsc. Warunkiem przyjęcia jest dokonanie formalnego zgłoszenia i wniesienie opłaty rekrutacyjnej w wysokości 20 zł. Po spełnieniu wymogów słuchacze otrzymają legitymacje.

Kontakt: rekrutacja@wss.edu.pl lub pod tel. 52 328 40 31

4. Wyższa Szkoła Bankowa

Idea: Uniwersytet Każdego Wieku jest propozycją dla osób ceniących zdobywanie wiedzy i rozwój osobisty niezależnie od wieku, wykształcenia i wykonywanego zawodu. Stwarza okazję poznania osobistości życia naukowego, kulturalnego i społecznego. Jest miejscem nawiązywania nowych znajomości i przyjaźni.

Forma: Wykłady raz w miesiącu, a po nich tzw. "zajęcia po godzinach". Dodatkowo imprezy i wycieczki. Słuchacze otrzymują legitymację uprawniającą do wyboru warsztatów i kursów, uczestnictwa we wszystkich wykładach oraz dodatkowych imprezach i spotkaniach

Zajęcia: Oprócz wykładów plenarnych o różnorodnej tematyce spotkania z cyklu "Pamięć i koncentracja uwagi", warsztaty komputerowe i językowe, warsztaty taneczne - "Tańce w

kręgu", origami, koło chodźarzy z kijkami, rozrywki intelektualne, teatr amatorski, koło miłośników poezji, wycieczki po kraju i regionie, zabawy integracyjne, spotkania towarzyskie, wyjścia do muzeum, biblioteki, opery, filharmonii i inne.

Kontakt: tel. 52 58 29 117

5. Wojewódzki Ośrodek Kultury i Sztuki "Stara Ochronka"

Idea: Najstarszy bydgoski Uniwersytet Trzeciego Wieku stworzony z myślą o aktywizacji seniorów. W pierwszych zajęciach uczestniczyło 89 słuchaczy. Obecnie czynnie bierze udział w wykładach około 1200 osób w trzech grupach.

Forma: Wykłady plenarne prowadzone przez wykładowców wszystkich bydgoskich uczelni publicznych. Dodatkowo można zapisywać się do kół zainteresowań.

Zajęcia: Wykłady obejmują tematykę zdrowia, psychologii, pedagogiki, politologii, historii, kultury. Dodatkowo można zapisać się do Klubu Seniora "Uniwerek", wziąć udział w gimnastyce usprawniającej, zapisać się do zespołu muzycznego, brać udział w zajęciach plastycznych, teatralnych, komputerowych, a także w lektoratach z języków obcych

Kontakt: tel. 52 585 15 01-03

6. Bydgoska Szkoła Wyższa

Idea: Uniwersytet Otwarty przy Bydgoskiej Szkole Wyższej został powołany dla podejmowania wszechstronnych działań na rzecz nauki i edukacji dorosłych, a tym samym, dla realizacji idei kształcenia przez całe życie. Uczelnia proponuje aktywność słuchaczom bez względu na ich poziom wykształcenia, wyznawane poglądy, przekonania religijne czy opinie głoszone na temat życia społecznego i politycznego.

Forma: Oprócz wykładów plenarnych ofercie znajdują się zajęcia warsztatowe, zajęcia dodatkowe, konwersatoria, laboratoria, wycieczki tematyczne, prelekcje, a także spotkania z zaproszonymi gośćmi.

Zajęcia: Wykłady mają pozwolić zaktualizować posiadaną wiedzę, nabyć nową, a przy

tym poznać najnowsze osiągnięcia nauki. Tematyka będzie dotyczyła różnych dziedzin: medycyny, historii, ekonomii, nauk społecznych, ekologii.

Kontakt: tel. 52 584 10 01

7. **Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy**

Idea: Inicjatywa kierowana jest głównie do dojrzałej społeczności Fordonu, która chce się rozwijać i zdobywać wiedzę na tematy związane głównie z naukami ścisłymi oraz językami obcymi.

Forma: Plenarne wykłady raz lub dwa w miesiącu, dodatkowo zajęcia fakultatywne minimum raz w tygodniu.

Zajęcia: Wykładowcy UTP poprowadzą wykłady na tematy związane z nowymi technologiami, informatyką, internetem, a także przyrodą, które będą kierowane np. do działkowców. Planują też poruszyć tematykę zdrowia, racjonalnego odżywiania, a także fizyki i chemii. Zamierzają organizować także fizjoterapeutyczne zajęcia ruchowe. Dodatkowo lektoraty z języków obcych i kursy komputerowe.

Kontakt: tel. 52 374 94 27

Źródło:

http://bydgoszcz.gazeta.pl/bydgoszcz/1,35590,8320673,Przebogata_oferta_uniwersytetow_trzeciego_wieku.html#ixzz1gQrgm8Fg

1. **Pomorsko-Kujawski Klub Seniora Boksu**, Lelewela 38/31a, 85-638 Bydgoszcz, woj. kujawsko-pomorskie, tel. 52 341 59 76
2. **Klub Seniora „Pogodni”**, Plac Piastowski 3, 85-012 Bydgoszcz
3. **Klub Seniora "Złota Jesień"**, Ikara 12, 05-314 Bydgoszcz

4. **Pracownia Działań na Rzecz Seniorów i Osób Niepełnosprawnych**, pl. Kościeleckich 6, 85-033 Bydgoszcz, tel. 52 585 15 01-03 w. 117, e-mail: seniorzy@wok.bydgoszcz.com, kierownik: Zenobia Frelichowska

5. **Stowarzyszenie "Wspieraj Aktywność Niepełnosprawnych i Seniorów"**, ul. Gdańska 54, Bydgoszcz, tel. 606 939 946

6. **OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE SENIORA**, ul. Plac Kościeleckich 6, 85-033 Bydgoszcz

Inne:

1. 24-25.09.2011. „**60+ kultura**”, „Wzmożenie aktywności osób po 60. roku życia, szczególnie tej kulturalnej, jest celem akcji koordynowanej przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W Bydgoszczy zaprasza filharmonia, opera, kino i muzeum.”
<http://www.mmbydgoszcz.pl/387300/2011/9/24/kultura-dla-seniora-w-bydgoszczy?category=kultura>

2. **Światowy Dzień Seniora** – i obchodzone jest 14 listopada. Ogólnoświatowe obchody ustanowione zostały 14 grudnia 1990 roku przez Organizację Narodów Zjednoczonych. Spektakl Teatru Form Różnych Nasza Klasa pt. „Życie zaczyna się za pięć dwunasta – Wspomnienia z PRLu” oraz koncert zespołu wokalnego Tercja oraz spotkania przy herbacie.

6. Analiza SWOT

Mocne strony:

- wsparcie silnego i stabilnego partnera – WSG- uczelnia zapewnia zaplecze w postaci: Akademickiej Przestrzeni Kulturalnej (sala widowiskowa, Galeria Debiut), udostępnia zaplecze techniczne: sprzęt muzyczny, komputery, projektory, rzutniki itp. Oraz kadrę odpowiedzialną za obsługę techniczną;
- prospołeczna inicjatywa - aktywizacja sektora osób powyżej 60 roku życia - silna pozycja przedsięwzięcia ze względu na liczebność sektora docelowego, oraz niszę w polityce kulturalnej miasta;

- promowanie wartościowych inicjatyw edukacyjno – artystycznych zarówno wśród studentów jak i osób starszych;
- młodość, energia, zapał, motywacja do działania organizatorów, oraz świeżość spojrzenia na problem;
- lokalizacja- blisko WSG, blisko centrum;
- APK jest marką już znają studentom i młodym ludziom w Bydgoszczy;
- APK ma doświadczenie w organizowaniu imprez kulturalnych;
- dogodny dojazd do APK;
- miejsca parkingowe blisko APK.

Słabe strony:

- brak zabezpieczenia finansowego w razie nieprzewidzianych okoliczności;
- brak doświadczenia w realizacji przedsięwzięć;
- nienajlepsza jakość prezentowanych filmów;
- brak zaplecza gastronomicznego;
- ograniczona ilość miejsc na sali.

Szanse:

- nisza rynkowa w sferze podobnych wydarzeń organizowanych w regionie;
- założenia projektu wpisują się w postanowienia Komisji Europejskiej, która ogłosiła rok 2012 Europejskim Rokiem Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej, co stanowi szansę na uzyskanie wsparcia ze strony Unii Europejskiej;
- wysoki poziom atrakcyjności ze względu na rozbudowaną bazę programową: wykłady, warsztaty taneczne, pokazy filmowe, wystawy itp.;
- propagowanie prospołecznych inicjatyw - idei integracji społecznej w środowisku lokalnym;
- możliwość rozwoju sektora badań naukowych wśród studentów, dzięki możliwości przeprowadzenia badań podczas realizacji przedsięwzięcia;
- możliwość uzyskania dofinansowania ze strony WSG, i od sponsorów
- możliwość promocji APK i WSG;
- możliwość zdobycia doświadczenia przez studentów w organizowaniu imprez kulturalnych (wolontariat).

Zagrożenia:

- małe zainteresowanie ze strony odbiorców;
- błędy we wdrażaniu strategii;
- trudności w pozyskiwaniu funduszy;
- wycofanie się partnerów;
- trudności w przełamaniu obowiązujących trendów;
- konkurencyjne (podobne tematycznie) wydarzenie kulturalne w mieście w tym samym czasie;
- awarie (np. przerwa w dostawie prądu, awaria sprzętu);
- brak współpracy ze strony innych uczelni (brak pozwolenia na rozwieszenie plakatów na innych uczelniach, brak chęci uczestnictwa w wydarzeniu studentów innych uczelni bydgoskich).

7. Dane statystyczne (prognozy) Głównego Urzędu Statystycznego

Według danych statystycznych Głównego Urzędu Statystycznego dla miasta Bydgoszcz oraz powiatu bydgoskiego, z roku na rok przybywać będzie osób po 60 roku życia, w więc osób starszych. Dane te wskazują na słuszność naszych założeń, a mianowicie, że potrzeba zmiany postrzegania tych osób w społeczeństwie, głównie przez osoby młode.

Aneks nr 1 PUBL_0403_bydgoski

Ludność według płci i funkcjonalnych grup wieku, stan w dniu 31.XII, kujawsko-pomorskie, bydgoski

Aneks nr 2 PUBL_0461_m._Bydgoszcz

Ludność według płci i funkcjonalnych grup wieku, stan w dniu 31.XII, kujawsko-pomorskie, m. Bydgoszcz

8. Kwestionariusz i analiza pozyskanych danych**KWESTIONARIUSZ**

Niniejsze badania mają na celu sprawdzenie jak seniorzy w Bydgoszczy spędzają swój wolny czas i czy polityka kulturalna miasta zapewnia osobom po 60 roku życia

odpowiednią ofertę kulturalną, oraz jaki jest stosunek młodzieży do osób starszych i wzajemne relacje.

Wiek

Płeć M K

Wykształcenie

1. Emerytura to czas, kiedy seniorzy mają więcej czasu. Jak Pan/i spędza swój wolny czas?

- a) uprawiam sporty
- b) poświęcam się rodzinie, zajmuję się wychowaniem wnuków
- c) rozwijam swoje pasje
- d) inne (napisz jakie)

2. Czy w trudnej sytuacji może Pan/i liczyć na pomoc rodziny?

- a) tak
- b) nie

3. Jaki jest stosunek młodych bydgoszczan do seniorów?

- a) są uczynni m. in. pomagają przy robieniu zakupów
- b) są kulturalni i grzeczni
- b) nie zauważają starszych osób, są wobec nich obojętni lub opryskliwi
- c) inne (napisz jakie)

4. Czy Pana/i zdaniem młodzi ludzie potrafią integrować się z osobami starszymi?

- a) nie, dlaczego.....
- b) tak, dlaczego.....

5. Czy w mieście odbywają się wydarzenia kulturalne skierowane do seniorów?

- a) tak
- b) nie
- c) nie wiem

6. Czy korzysta Pan/i z komputera i Internetu?

- a) tak
- b) nie

7. W jakich placówkach kulturalnych bywa Pan/i najczęściej?

- a) teatr
- b) opera
- c) muzeum
- d) biblioteka
- e) inne (napisz jakie)
- f) nie uczestniczę w życiu kulturalnym Bydgoszczy

8. Gdzie Pan/i najczęściej spotyka się ze znajomymi?

- a) zapraszam ich do siebie
- b) wychodzimy do restauracji/pubu
- c) inne (napisz jakie)

9. Z jakich rodzajów mediów korzysta Pan/i najczęściej? (oznacz je cyframi 1-4, gdzie 1- bardzo duże znaczenie, 2- duże, 3- małe, 4- żadne)

- a) prasa, jaka.....
- b) radio, jakie.....
- c) telewizja, jaka.....
- d) Internet, jakie strony/portale.....

10. Jaka Pana/i zdaniem forma aktywności fizycznej jest idealna dla seniora? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

- a) kręgle
- b) nordic walking
- c) jazda na rowerze
- d) taniec
- e) turystyka piesza
- f) inne (napisz jakie).....

11. Czy Pana/i zdaniem w Bydgoszczy jest wystarczająca liczba Klubów Seniora?

- a) tak

- b) nie
- c) nie wiem

12. Czy chodzisz do Klubów Seniora?

- a) tak, dlaczego.....
- b) nie, dlaczego.....

13. Czy uczęszcza Pan/i na zajęcia organizowane przez Uniwersytety III Wieku?

- a) tak
- b) nie

14. Proszę napisać jakie są Pana/i ulubione zajęcia, podczas nauki na Uniwersytecie III Wieku. Wybór proszę uzasadnić.

.....
.....
.....

15. Co Pan/i sądzi o idei wolontariatu wśród seniorów?

.....
.....
.....

Dziękujemy za wypełnienie kwestionariusza i poświęcony nasz czas. Państwa uwagi na pewno okażą się cennym źródłem informacji podczas tworzenia naszej oferty.

Dziękujemy

II. Analiza wizerunku organizacji

Akademicka Przestrzeń Kulturalna:

Placówka znajduje się przy ulicy Królowej Jadwigi 14 na terenie kampusu Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy. Stworzona z myślą o młodych ludziach z pasjami i pomysłami. APK oferuje szeroki wachlarz warsztatów m.in. fotograficznych, muzycznych czy wokalnych.

Studenci mogą zabłysnąć tutaj swoimi umiejętnościami i talentem. Odbywają się tu liczne konferencje, pokazy filmów, wystawy fotograficzne z myślą o studentach. Na terenie APK działa internetowe, studenckie radio Kampus On. Placówkę odwiedza także wielu studentów spoza uczelni i są zawsze mile widziani tutaj. Akademicka Przestrzeń Kulturalna jest miejscem, które jest nieznane bydgoskim seniorom. W placówce tej nigdy nie odbywały się warsztaty, konferencje naukowe czy imprezy stworzone z myślą o nich. Przy Wyższej Szkole Gospodarki działa Uniwersytet III Wieku, a seniorzy nie mają miejsca by wykazać się swoimi umiejętnościami np. teatralnymi, tanecznymi czy wokalnymi. Akademicka Przestrzeń Kulturalna nie daje im szans na tego typu przedsięwzięcia ani na rozwój ich pasji. W placówce nie ma też żadnych zajęć edukacyjnych podczas, których studenci mogli by współpracować z osobami starszymi. APK jest otwarte na pomysłowość i kreatywność studentów. Zrealizowanie projektu dotyczącego osób starszych pokazałoby, że młodzi ludzie potrafią integrować się z seniorami, porozumieć się z nimi i pomóc. Projekt stworzony z myślą o seniorach ma przesłanie i mógłby też być wspianała reklamą dla Akademickiej Przestrzeni Kulturalnej.

III. Formułowanie celów i kierunków działania

1. Cele ogólne i szczegółowe:

- a. Zmiana mentalności ludzkiej, stereotypu stylu życia osób starszych, które nie powinny się izolować i zamykać we własnych ściśle określonych przestrzeniach, a wręcz przeciwnie - dążyć do aktywizacji i poszerzania horyzontów;
 - Zaangażowanie w działanie projektowe osób starszych, które czynnie działają w ramach klubów seniora i uniwersytetów III wieku- poprzez pomoc w organizacji zaplanowanych działań w ramach projektu;
 - Zachęcenie do udziału w zaplanowanych wydarzeniach w ramach projektu innych członków wybranego segmentu docelowego, którzy nie wykazują się większą aktywnością kulturalną i obywatelską (np. z osoby samotne,

przebywające w domach pomocy społecznej, opieki, czy domach seniora) poprzez udział w wernisażu, warsztatach, wykładach, oraz happeningu;

- Zachęcenie do udziału również osób młodych (studentów), które poprzez uczestnictwo w planowanych wydarzeniach mogą zmienić swe postrzeganie osób starszych i ich stylu życia;
- Chęć zmiany sposobu myślenia publiczności przypadkowej (*incidental audience*) podczas happeningu, który ma na celu zwrócenia uwagi na problem wykluczenia osób starszych ze społeczeństwa.

b. Zmiana stereotypu kultu wiecznej młodości w środowisku lokalnym;

- Chęć zmiany sposobu myślenia osób, które chorobliwie dążą do perfekcyjnego i młodego wyglądu poprzez zaprezentowanie na wystawie zdjęć osób po 60 roku życia, które również posiadają walory estetyczne;
- Zaprezentowanie na wystawie okładek znanych kobiecych czasopism ze zdjęciami starszych kobiet zamiast zdjęć celebrytek.

c. Próba zwrócenia uwagi władz miasta na problem braku stałej oferty kulturalnej skierowanej do osób po 60 roku życia;

- Zaproszenie członków Obywatelskiej Rady Kultury, oraz przedstawicieli władz miasta i placówek kulturalnych do udziału w inauguracji i wernisażu planowanej wystawy;
- Pojawienie się informacji na ten temat w mediach lokalnych oraz na portalach społecznościowych, co zwróci uwagę na problem przedstawicieli władz miasta.

d. Integracja młodzieży akademickiej z osobami starszymi, dążenie do swoistej kooperacji i współpracy między tymi segmentami. Przełamanie wszelkich barier pokoleniowych, „wzajemne otwarcie” na siebie;

- Chęć integracji osób starszych z młodymi podczas wydarzeń zaplanowanych w ramach projektu: wernisaż (przedstawienie walorów estetycznych urody kobiet starszych młodemu ludziom), wykłady (przybliżenie młodym osobom, a także starszym motywu starości w sztuce i literaturze) i happenig, którzy ma być marszem wzajemnej integracji;
 - Współpraca organizatorów z wolontariuszami z klubów seniora i uniwersytetów III wieku, oraz ze studentami bydgoskich uczelni, a także z lokalnymi artystami.
- e. Nieustanne szkolenie młodego pokolenia studentów w zakresie realizacji projektów, aby dalej propagować i rozwijać tę oraz inne społecznie użyteczne inicjatywy.
- Chęć doszkolenia organizatorów w zakresie organizacji projektów, poprzez przygotowanie niniejszego projektu, jego wdrożenie i realizację, oraz nawiązanie kontaktów z przedstawicielami mediów;
 - Chęć nabycia teoretycznych umiejętności projektowych, a także praktycznych z zakresie działalności non profit w sferze kultury, w celu dalszej animacji kulturalnej społeczności lokalnej.
- f. Próba doksztalcenia młodzieży w zakresie sztuki: literatura, film, malarstwo, fotografia.
- Możliwość udziału w konkursie fotograficznym oraz prezentacji własnych prac z zakresu fotografii podczas podsumowującej konkurs wystawie zbiorowej;
 - Możliwość obejrzenia prezentowanych filmów dotyczących motywu starości, oraz wysłuchanie krótkiej prelekcji, i wykładu na ten sam temat;

- Możliwość wysłuchania wykładu na temat motywu starości w literaturze, oraz wykładu na temat tego samego motywu w sztuce.

2. Rezultaty miękkie

Przewidywane rezultaty miękkie:

- zwiększenie motywacji do działania oraz stopnia aktywności wśród studentów;
- zwiększenie kompetencji i wiedzy w dziedzinie realizacji projektów (zwłaszcza w kwestii zarządzania przedsięwzięciem oraz pozyskiwania funduszy) wśród studentów- organizatorów;
- promocja aktywności osób starszych w środowisku lokalnym, z prognozami na poszerzenie zwolenników tej dziedziny na obszarze województwa i kraju;
- podwyższenie poziomu uczestnictwa w kulturze poprzez udział osób starszych oraz studentów w zajęciach tanecznych, wystawie, wykładach, happeningu itp.;
- zwiększenie stopnia integracji osób starszych w środowisku lokalnym;
- zwiększenie stopnia integracji osób starszych z osobami młodymi.

3. Rezultaty twarde

Policzalne rezultaty, osiągnęte dzięki uczestnictwu w przedsięwzięciu. Badane i weryfikowane - podczas trwania projektu oraz i w jego fazie końcowej. Rezultaty określone będą w dużej mierze w systemie procentowym, z racji niemożności przewidzenia, ile osób weźmie udział w projekcie.

Przewidywane rezultaty twarde:

- liczba osób, które podniosły swój stopień uczestnictwa w kulturze poprzez udział w oferowanych zajęciach;

- liczba studentów, którzy podnieśli swoją wiedzę i kwalifikacje w zakresie zarządzania projektem : 4 osoby.

IV. Definiowanie grup docelowych i tworzenie mapy medialnej

1. Opis grup docelowych

Grupy docelowe zostały wybrane ze względu na następujące kryteria:

- wiek;
- zainteresowania;
- sposób spędzania wolnego czasu.

Studenci:

Grupa docelowa, której członkowie przynależą do alternatywnych modeli kultury (młodzież szkolna i studencka), np. intelektualnych „modnych” subkultur (ruchy społeczne, ruchy feministyczne i pokojowe), oraz subkultur artystyczno - twórczych lub ugrupowań alternatywnych (ze względu na swe zainteresowanie sztuką).

Każdy z nas ma do czynienia z osobami starszymi, są nimi np. nasi bliscy i sąsiedzi. Ważne jest, by zwrócić uwagę młodych ludzi na problem wyobcowania osób starszych i uświadomić im, iż starość jest nieuchronnym etapem ludzkiego życia i dotyczy wszystkich. Ponadto działania projektowe zmierzają ku przełamaniu obowiązujących trendów, kierujących się dążeniem do perfekcji i „wiecznej młodości”. Istotny jest także walor edukacyjny, którym opatrzone jest przedsięwzięcie, mający na celu zwiększenie wiedzy studentów (głównie kierunków humanistycznych) w obszarze kultury i sztuki poprzez uczestnictwo w wykładach i prelekcjach, w których motywem przewodnim jest starość.

Studenci socjologii:

Dla socjologów istotne mogą być przede wszystkim dane statystyczne dotyczące np. aspektu demograficznego (przyrost osób po 60 roku życia), medycznego (koszty zakupu leków i sprzętu medycznego), kulturalnego (społeczne czynniki uczestnictwa w kulturze), ekonomicznego (budżet, wydatki, oszczędności). Ważna jest także sfera relacji między

osobami starszymi i młodymi, ich wzajemny stosunek – czy młodzież potrafi asymilować się z seniorami i czy seniorzy są zdolni do integracji z „młodymi”? Źródłem refleksji socjologicznej może być także to, w jaki sposób przejście na emeryturę wpływa na życie seniora – czy potrafi on umiejętnie zagospodarować wolny czas, czy też traci chęć do wszelkiej aktywności.

Studenci kulturoznawstwa:

Kulturoznawcę może zainteresować kwestia uczestnictwa osób powyżej 60 roku życia w wydarzeniach kulturalnych, czynniki wpływające na brak tego uczestnictwa. Ważna dla kulturoznawców może być kwestia rozwoju intelektualnego, a także uczestnictwo seniorów w zajęciach organizowanych przez Uniwersytety III Wieku. Wielu seniorów dopiero w wieku emerytalnym ma odpowiednią ilość czasu wolnego, aby rozwijać swoje pasje, a także dokształcać się w rozmaitych dziedzinach (języki obce, obsługa komputera, warsztaty artystyczne itp.). Istotna jest także pozycja osób starszych w różnych społeczeństwach i okresach historycznych, utrata autorytetu starszyny na rzecz kultu młodości.

Studenci nauk o rodzinie:

Studentów tego kierunku zainteresować mogą relacje pomiędzy seniorem, a jego rodziną. Wykluczenie i wyparcie, a także marginalizowanie jego pozycji w rodzinie, a co za tym idzie coraz większa rola domów starców. Wielu młodych ludzi z powodu natłoku pracy i tempa życia nie ma czasu dla swoich dziadków czy rodziców, skutkiem czego jest coraz mniejsza liczba domów wielopokoleniowych.

Problem starości może być interesujący również dla studentów kierunków ścisłych, ponieważ w ówczesnej rzeczywistości coraz większą rolę odgrywa nauka i nowoczesne technologie, a co z tym idzie trudności w przystosowaniu się osób starszych w postnowoczesnym świecie.

Seniorzy:

Przy wyborze tej grupy docelowej projektodawcy kierowali się głównie wiekiem jej członków (60+), czyli emeryci renciści., oraz ich potencjalnym zainteresowaniem tematem starości, który dotyczy ich bezpośrednio. Członkowie tej grupy docelowej

przynależą głównie do modeli kultury masowej (standardowy, oraz populistyczny model kultury), oraz w niewielkim stopniu modeli kultury dominującej (np. modelu kultury elitarnej).

Styl życia członków grupy docelowej:

Osoby starsze widywane są już we wczesnych godzinach porannych na ulicach miasta (stąd wybór godziny rozpoczęcia przedsięwzięcia).

Przedstawiciele grupy docelowej mają wiele wolnego czasu, i ze względu na ubogą ofertę kulturalną miasta, nie mają wielu możliwości spędzenia tego czasu na wydarzeniach kulturalnych skierowanych do nich. Aczkolwiek w mieście zostało zrealizowanych kilka projektów w zakresie kultury skierowanych do osób po 60 roku życia; „60+kultura”, czy „Przemarsz kapeluszowy”. Niestety nadal brak stałej ofert kulturalnej przeznaczonej dla seniorów.

Od jakiegoś czasu alternatywą dla spędzania czasu przez osoby starsze stały się tzw. uniwersytety III wieku, gdzie osoby te mogą rozwijać swoje pasje, oraz zainteresowania, a także zdobywać wiedzę i umiejętności z wielu dziedzin, takich jak informatyka, czy języki obce.

Ważnym miejscem w życiu wielu osób starszych stają się kluby seniora, w Bydgoszcy jest ich kilka, lecz ich oferta jest uboga i niezbyt zróżnicowana tematycznie: kluby książki, zespoły wokalne, czy zajęcia z gimnastyki.

Członkowie tej grupy docelowej mają niewielką siłę nabywczą w postaci zasobów finansowych, co również uniemożliwia im korzystanie z usług kulturalnych, które są dla nich często za drogie (bilety do opery, czy teatru).

Wybrana grupa docelowa stanowi dobre źródło potencjalnych odbiorców realizowanego przez projektodawców przedsięwzięcia ze względu na wymienione i opisane powyżej czynniki ekonomiczne i społeczne.

2. Mapa medialna

1. Media światowe:

a) Internet

- <http://www.facebook.com/>

2. Media krajowe:

a) Internet

- <http://www.senior.pl/>
- <http://www.bycseniorem.pl/>
- <http://starszakiplus.pl/>
- <http://www.forum50.org/>
- <http://bydgoszcz.gdzieco.pl/>
- <http://mololo.pl/>

3. Media lokalne:

a) Internet

- <http://www.bydgoszcz.pl/>
- <http://www.mmbydgoszcz.pl/>
- <http://www.mminowroclaw.pl/>
- <http://www.apk.wsg.byd.pl/index.php?id=53>

b) Prasa drukowana

- „Express Bydgoski”
- „Gazeta Pomorska”
- „Kurier Inowrocławski”
- Poka Poka
- Informator Kulturalny „Grzeczniej”
<http://issuu.com/grzeczniej/docs/www.grzeczniej.pl>

- Bydgoski Informator Kulturalny BiP http://issuu.com/bik_/docs/bik_2011-05-issuu

c) Telewizja lokalna

- TVP Bydgoszcz:
 - ✓ Magazyn kulturalny „Trochę kultury”
<http://www.tvp.pl/bydgoszcz/kultura/magazyn-kulturalny-troche-kultury>

d) Radio

- Radio Złote Przeboje
- Radio PIK
- Radio Campus ON
- Radio Plus
- Radio Kultura
- Radio Uniwersytet

V. Marketing mix

1. Produkt

- **Wernisaż wystawy fotografii oraz projektów graficznych**

Zaprezentowane zostaną portrety osób starszych z perspektywy młodych ludzi, oraz prace grafików przedstawiające okładki kobiecych czasopism prezentujące kobiety po 60 roku życia.

- **Warsztaty taneczne**

Zajęcia przeznaczone będą głównie dla kobiet, podczas warsztatów realizowane będą choreografie z zakresu tańców latynoamerykańskich tj. samba, salsa czy chacha. Przewidujemy 2 serie po 45 min. Taka forma aktywności będzie nastawiona na odkrywanie kobiecości, poznawanie własnej wartości, budowanie pewności siebie. Nie

ma nacisku na efekty, najważniejszym aspektem są wrażenia uczestnika i możliwość dobrej zabawy.

- **Wykłady**

- motyw starości w filmie (dr M. Wichrowska) – 45 min
- motyw starości w sztuce (mgr M. Ipczyńska- Budziak) – 45 min
- słowo „starość” w języku (dr M. Kowalczyk) – 45 min

Cykl prelekcji i wykładów poruszających aspekt starości, skierowanych głównie do studentów oraz osób starszych. Tematyka *stricte* związana z kulturą, a mianowicie starość w filmie, reklamie, sztuce oraz języku.

- **Projekcje filmów**

Przewidujemy pokazy dwóch filmów, w których motyw starości pełni wiodącą rolę.

- **Mix klipów**

Składać się będą na niego fragmenty teledysków bądź fotografie artystów po 60 roku życia.

- **Happening**

Będzie wydarzeniem podsumowującym projekt. Grupa wolontariuszy- studentów przejdzie głównymi ulicami Bydgoszczy głosząc apoteozę starości. Głównym celem jest ukazanie starości jako procesu, a nie odrębnego etapu wykluczonego z cyklu życiowego, o którym najlepiej nie wspominać. Ponadto organizatorzy chcą sprzeciwić się wszechobecnemu kultowi młodości, chorobliwemu dążeniu do wiecznego piękna. Człowiek jest piękny, gdy jest PRAWDZIWIY. Dostrzeżmy zatem jakie piękno tkwi w oczach starego człowieka, na jego twarzy, gdzie wypisane jest wieloletnie doświadczenie, w jego dłoniach naznaczonych trudem egzystencji, w wyważonych słowach pełnych spokoju i dystansu... Młodzi ludzie - wolontariusze ubrani będą w koszulki opatrzone cytatami zaczerpniętymi z poezji i literatury oraz hasłami: „Mam 60 lat”, „Mam 64 lata” itp. . Ponadto, część z nich zaprezentuje się w koszulkach ze swoim wizerunkiem, który zostanie komputerowo postarzony. Poza tym, zostaną przygotowane transparenty z hasłami pochodzącymi z manifestu Esther Vilar.

2. Cena

Wszystkie elementy planowanego wydarzenia będą bezpłatne, ponieważ najważniejszym założeniem przedsięwzięcia jest jego walor edukacyjny, a także społeczny, czyli walka z wykluczeniem osób starszych. Poruszany temat stanowi ważny problem społeczny, który musi zostać dostrzeżony przez członków różnych grup wiekowych. Dla organizatorów zysk finansowy nie stanowi celu. Środki finansowe, które zostaną przeznaczone na realizację projektu pochodzić będą od sponsorów, z Urzędu Miasta, a także zostaną pozyskane na drodze konkursowej w postaci grantów. Dla instytucji wspierających finansowo organizację wydarzenia, najważniejsze znaczenie mają cele społeczne i edukacyjne przedsięwzięcia. Jeśli chodzi o działania kulturalne, cena nie stanowi istotnego czynnika przy podejmowaniu decyzji o uczestnictwie przez publiczność, zważając na bezpłatność oferowanych usług. aczkolwiek w tym wypadku należy wziąć pod uwagę wybrane przez organizatorów grupy docelowe, dla których czynniki ekonomiczne mogą być ważnym aspektem przy podejmowaniu decyzji. Organizatorzy podjęli decyzje o bezpłatności usługi, biorąc pod uwagę siłę nabywczą konsumenta, a nie realne koszty.

3. Dystrybucja

Głównym miejscem dystrybucji powyżej opisanego produktu jest Akademicka Przestrzeń Kulturalna działająca przy Wyższej Szkole Gospodarki w Bydgoszczy, które jest również miejscem produkcji danej usługi. Wernisaż oraz wystawa odbywać się będą w Galerii nad Brdą, projekcje filmów – w sali widowiskowej, warsztaty taneczne-?, wykłady - w salach dydaktycznych w budynku K. Happening natomiast przeniesiony zostanie w przestrzeń miejską – na główne ulice Bydgoszczy oraz Stary Rynek (taki zabieg ma na celu zapewnienie większej liczby odbiorców oraz zwrócenie uwagi na poruszany problem).

4. Promocja

b. Image

- slogan – koncepcja ideowa
- lettering, logo, znak – koncepcja plastyczna

c. Narzędzia promocji

- nawiązanie partnerskich relacji z klubami seniora i uniwersytetami III wieku;
- reklama w prasie lokalnej (pisanie artykułów dotyczących starości);
- linki na portalach kulturalnych oraz tematycznych (wyżej wymienionych w mapie medialnej);
- prowadzenie bloga; <http://prawodostarosci.blog.pl/>
- prowadzenie strony internetowej;
- tizzery (3 sztuki w centrum miasta);
- konkurs fotograficzny dla młodzieży i studentów, fotografia portretowa osób po 60 roku życia;
- informacje w radio „Złote przeboje” (wywiad z organizatorkami)
- newsy w informatorach kulturalnych (np. BiP)
- happening, który zaangażuje publiczność przypadkową, hasła z „Manifestu” Esther Villar, a także „publiczne wyznanie wieku”
- broszura z programem wydarzenia (będzie dostępna w APK, Cafe Pianola, oraz rozesłana to wszystkich zamieszczonych w I części strategii klubów seniora, uniwersytetów III wieku, etc.)

4. Plasowanie produktu

Grupy docelowe:

Studenci – dla nich wydarzenie powinno być:

- przystępne;
- zapadające w pamięć;
- intrygujące;
- rzadko spotykane;
- interesujące;
- niebanalne.

Seniorzy – dla nich wydarzenie powinno być:

- przystępne;
- aktualne tematycznie;
- interesujące;
- rzadko spotykane.

VI. Harmonogram

Harmonogram projektu pt. "Prawa starości"

OKRES REALIZACJI PROEJKTU 01.01.2012 - 15.07.2012

	I	II	III	IV	V	VI	VII
Zadanie 1 – Promocja							
Etap 1 - Opracowanie materiałów i treści promocyjnych							
Etap 2 - Kontakty i umowy z partnerami							
Etap 3 - Utworzenie strony WWW							
Etap 4 - Przygotowanie i zakup materiałów promocyjnych							
Etap 5 - Prowadzenie kampanii promocyjnych							
Etap 7 - Administrowanie stroną WWW i blogiem							
Etap 8 - Kolportowanie plakatów							
Etap 9 - Reklama w prasie, radio i TV lokalnej							
Etap 10 - Promocja na portalach społecznościowych							
Etap 11 - Zaprojektowanie logotypu oraz letteringu							
Zaangażowany personel							
Kierownik projektu – Marta Rumińska							
Specjalista ds. promocji i kontaktów z mediami (rzecznik prasowy) – Aleksandra Grudzińska							
Sonia Gołda							
Grafik							
Webmaster							
Specjalista ds. rozliczeń i rachunkowości							
LICZBA UCZESTNIKÓW W CZASIE							
Zadanie 2 - Wystawa, warsztaty, wykłady, projekcje filmowe i happening							
Etap 2 - Wynajęcie sprzętu i wyposażenia niezbędnego do realizacji zadania							
Etap 3 - Rekrutacja kadry szkoleniowej, podpisanie umów z wykładowcami i trenerami							
Etap 4 - Opracowanie planu wydarzenia							
Etap 5 - Rozpisanie konkursu fotograficznego							
Etap 6 - Blok I: wystawa - jury, aranżacja wystawy, wernisaż							
Etap 7 - Blok II: warsztaty taneczne - sala, nagłośnienie							
Etap 8 - Blok III: projekcja filmów - sprzęt, sala widowiskowa, ZAiKS, prelekcja							

Etap 9 - Blok IV: wykłady - sale, weryfikacja treści wykładowych							
Etap 10 - Blok V: mix clipów - miejsce wyświetlania							
Etap 11 - Blok VI: happening - koszulki, transparenty							
Zaangażowany personel							
Kierownik projektu – Marta Rumińska							
Specjalista ds. promocji i kontaktów z mediami (rzecznik prasowy) – Aleksandra Grudzińska							
Sonia Gołda							
Trener							
Wolontariusze							
Specjalista ds. rozliczeń i rachunkowości							
LICZBA UCZESTNIKÓW W CZASIE							
Zadanie 3 - Zarządzanie projektem							
Etap 1 - Zatrudnienie personelu							
Etap 2 - Organizacja biura i wynajem sprzętu							
Etap 4 - Podpisanie umów z pracownikami projektu							
Etap 5 - Nadzór nad realizacją przedsięwzięcia							
Etap 6 - Przygotowanie płatności, raportów, rozliczanie projektu							
Etap 7 - Konstrukcja ankiet ewaluacyjnych							
Etap 8 - Przekazanie ankiet ewaluacyjnych uczestnikom projektu							
Etap 9 - Obróbka statystyczna ankiet oraz wydanie raportu ewaluacyjnego							
Etap 7 - Monitoring osiągniętych wskaźników							
Etap 8 - Rozliczenie finansowe projektu i sprawozdawczość końcowa							
Zaangażowany personel							
Kierownik projektu – Marta Rumińska							
Specjalista ds. promocji i kontaktów z mediami (rzecznik prasowy) – Aleksandra Grudzińska							
Sonia Gołda							
Specjalista ds. rozliczeń i rachunkowości							
Konstrukcja i opracowanie ankiet							
LICZBA UCZESTNIKÓW W CZASIE							

VII. Podział zadań

Zgodnie z powyższym harmonogramem (czas wykonania zadań wg harmonogramu).

Zadanie 1 – Aleksandra Grudzińska

Zadanie 2 – Sonia Gołda

Zadanie 3 – Marta Rumińska

VIII. Budżet

Lp.	Rodzaje kosztów	Sposób kalkulacji	Całkowity koszt projektu	Wkład własny	Wkład partnerów
Koszty osobowe					
1	Przygotowanie scenariusza i reżyseria happeningu społecznego	Um. o dzieło (25,00 zł/h x 18 h = 450,00 zł brutto)	450,00	450,00	-
2	Prowadzenie happeningu	Um. zlecenie (20,00 zł/h x 10 h = 200,00 zł brutto)	200,00	200,00	-
3	Dokumentacja zdjęciowa	Um. zlecenie (25,00 zł/h x 10 h = 250,00 zł brutto)	250,00	250,00	-
4	Opracowanie materiałów dla mediów – komunikaty prasowe	Um. o dzieło (20,00 zł/h x 10 h = 200,00 zł brutto)	200,00	200,00	-
5	Opracowanie projektu graficznego (tizzery)	Um. o dzieło (20,00 zł/h x 10 h = 200,00 zł brutto)	200,00	200,00	-
6	Koordinacja projektu	Um. zlecenie (20,00 zł/h x 30 h = 600,00 zł brutto)	600,00	600,00	-
9	Utworzenie profilu projektu w mediach społecznościowych	Um. o dzieło (20,00 zł/h x 20 h = 400,00 zł brutto)	400,00	400,00	-
10	Zamieszczenie treści na blogu	Um. zlecenie (20,00 zł/h x 10 h = 200,00 zł brutto)	200,00	200,00	-
14	Prowadzenie zajęć tanecznych	Um. zlecenie (50,00 zł/h x 1,5 = 75,00 zł brutto)	75,00	75,00	-
15	Opracowanie regulaminu konkursu fotograficznego	Um. zlecenie (10,00 zł/h x 10 h = 100,00 zł brutto)	100,00	100,00	-
16	Prowadzenie dokumentacji finansowej projektu	Um. zlecenie (15,00 zł/h x 20h = 300,00 zł brutto)	300,00	300,00	-
19	Opracowanie ankiet	Um. o dzieło (20,00 zł/h x 10 h = 200,00 zł brutto)	200,00	200,00	-
20	Opracowanie badań	Um. o dzieło (15,00 zł/h x 20 h = 300,00 zł brutto)	300,00	300,00	-
21	Wykładowcy	Um. o dzieło			-
Razem koszty osobowe:			3475,00	3475,00	-
Koszty rzeczowe					
	Nagrody rzeczowe w konkursie fotograficznym	20 zł/ szt. x 5 szt. = 100,00 zł	100,00	-	-
	Dyplom okolicznościowy	2 zł/ szt. x 30 szt. = 60,00 zł	60,00	-	-
	Scenografia happeningu	5 zł/ szt. (flamaster) x 15 +	175,00	-	-

		5zł/ szt. (brystol) x 20 szt. =175,00 zł			
	Wydruk tizzerów	500 zł/ szt. x 3 szt. = 1500,00 zł	1500,00	-	-
	Catering suchy (kawa, herbata, woda, ciastka)	6 zł/ szt. x 50 szt. = 350,00 zł	350,00	-	-
	Papier A4	12,00 zł/ryza x 5 ryz = 60,00 zł	60,00	-	-
	Kserokopia ankiet	0,08 zł/strona x 50 ankiet x 4 str./ ankiet = 16,00 zł	16,00	-	-
	Wydruk zdjęć i okładek	80 zł/szt. x 13 szt. = 1040,00 zł	1040,00	-	-
	Wynajem przestrzeni Cafe Pianola	100 zł/ h x 7 h = 700,00 zł	700,00	-	700,00
	Wynajem sprzętu do projekcji filmów	100 zł/ h x 4 h = 400,00 zł	400,00	-	400,00
	Koszty wyświetlenia filmów	360 zł/ szt. x 2= 720,00 zł	720,00	-	-
	Wynajem galerii w Muzeum Fotografii	100 zł/ h x 336 h (14 dni) = 3360,00 zł	33600,00	-	33600,00
	Wynajem sali widowiskowej APK (warsztaty taneczne, wykłady)	100 zł/ h x 7 h = 700,00 zł	700,00	-	700,00
Razem koszty rzeczowe:			39421,00	-	35400,00
Razem koszty osobowe i rzeczowe:			42896,00	3475,00	35400,00