



Warszawa, 7 września 2011

Informacje i wytyczne do wykonania projektów graficznych i przygotowania do druku materiałów informacyjno-promocyjnych projektu „Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych”

Zamawiający
Akademia Leona Koźmińskiego

Akademia Leona Koźmińskiego to najlepsza polska uczelnia niepubliczna o szerokim profilu biznesowym. Od 12 lat zwycięzca rankingów edukacyjnych „Perspektyw” i „Rzeczpospolitej”. Odnosi też sukcesy w międzynarodowych rankingach edukacyjnych dziennika „Financial Times”. Wśród szkół biznesu zdobyła 39. miejsce w Europie, studia magisterskie z zakresu zarządzania dały jej trzydziestą, a studia magisterskie z finansów – dwudziestą drugą pozycję na świecie. Program studiów Executive MBA został sklasyfikowany jako 81. Jako jedna z 53 na świecie i jedyna uczelnia z Polski ALK posiada potrójną akredytację międzynarodową AACSB, EQUIS, AMBA potwierdzającą najwyższy poziom kształcenia. Uczelnia ma ocenę wyróżniającą Państwowej Komisji Akredytacyjnej dla kierunku zarządzanie. W ramach tzw. oceny parametrycznej jednostek naukowych dla badań w zakresie nauk ekonomicznych otrzymała kategorię pierwszą. Na studiach licencjackich, magisterskich, doktoranckich i podyplomowych kształci się tu łącznie 8000 osób. Studenci zagraniczni z więcej niż 40 krajów stanowią 30 proc. uczestników wszystkich programów stacjonarnych.

Przedmiot działań informacyjno-promocyjnych Projekt „Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych”

Projekt „Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych” jest organizowanym przez Akademię Leona Koźmińskiego przedsięwzięciem szkoleniowo-doradczo-inwestycyjnym finansowanym ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego (Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Działanie 6.2 „Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia”).

Projekt polega na:

- wyłonieniu w procedurze wieloetapowej rekrutacji grupy 100 osób planujących uruchomienie działalności gospodarczej w sektorach kreatywnych na terenie Obszaru Metropolitalnego Warszawy;
- przeprowadzeniu rozbudowanego programu szkoleniowo-doradczego, w ramach którego uczestniczki i uczestnicy rozwiną i dopracują swoje pomysły biznesowe;
- przeprowadzeniu konkursu dotacyjnego dla uczestniczek i uczestników projektu;
- przyznaniu 80 dotacji na uruchomienie działalności gospodarczej (po 40 tys. zł każda);



- objęciu osób, które otrzymały dotacje i uruchomiły firmy wysokiej jakości opieką doradczą przez pierwszy, najtrudniejszy okres prowadzenia biznesu
- udzieleniu nowym przedsiębiorczyń i przedsiębiorcom wsparcia pomostowego na pokrycie podstawowych kosztów działania firm przez pierwszy okres ich istnienia w celu zapewnienia płynności finansowej

Działalność w sektorach kreatywnych w rozumieniu projektu to działalność gospodarcza powiązana z eksploatacją praw autorskich w obszarze architektury, antyków, rynku sztuki, gier komputerowych, rękodzieła, grafiki, wzornictwa, projektowania mody, filmu, muzyki, sztuk performatywnych, publikacji i działalności wydawniczej, mediów elektronicznych.

Przedsięwzięcie realizowane jest na terenie Obszaru Metropolitalnego Warszawy (Warszawa i 71 gmin wokół niej).

Cel działań informacyjno-promocyjnych

Celem działań informacyjno-promocyjnych jest dotarcie z informacją o projekcie na etapie rekrutacji uczestniczek i uczestników i wzmocnienie efektu rekrutacyjnego, które wyrazi się w:

- maksymalnie dużej liczbie zgłoszeń kandydatek i kandydatów
- maksymalnie wysokiej jakości zgłoszeń, tj. zgłoszeń od osób dokładnie odpowiadających grupie docelowej projektu

Reakcją odbiorcy na zapoznanie się z materiałem informacyjno-promocyjnym powinno być duże zainteresowanie projektem i zapotrzebowanie na dodatkowe informacje.

Celem bezpośrednim i głównym efektem działań informacyjnych prowadzonych z wykorzystaniem materiałów informacyjno-promocyjnych jest **skłonienie odbiorców do odwiedzenia strony internetowej projektu i wzięcia udziału w rekrutacji.**

Grupy docelowe materiałów informacyjno-promocyjnych

Grupę docelową projektu stanowią osoby planujące uruchomić działalność gospodarczą w sektorach kreatywnych, tj. osoby:

- kreatywne,
- ambitne,
- dobrze wykształcone,
- wyróżniające się,
- otwarte na ryzyko,
- komunikatywne,
- odważne,
- otwarte,
- ciekawe,
- niepokorne,
- innowacyjne,
- posiadające dużą wiedzę z zakresu kultury i sztuki,
- mające wyczucie estetyki,
- znające trendy i przełamujące je,
- mające umiejętności techniczne,
- mające szerokie horyzonty,
- chcące uzewnętrznić swoją artystyczną osobowość,
- indywidualiści,
- specjaliści w swoich dziedzinach



W grupie docelowej wyróżnione są cztery podgrupy:

1. **studentki i studenci szkół i uczelni artystycznych różnych poziomów i typów** (akademie sztuk pięknych, akademie muzyczne, szkoły fotograficzne, szkoły wizażu i charakterystyki, szkoły rzemiosł artystycznych itd.)
2. **osoby z grupy wiekowej 25-45 lat mające wykształcenie lub doświadczenie zawodowe lub wiedzę i umiejętności uzyskane w sposób nieformalny** pozwalające im uruchomić działalność gospodarczą w sektorach kreatywnych
3. **osoby z grupy wiekowej 45+ posiadające duże doświadczenie zawodowe w pracy etatowej** w firmach i instytucjach prowadzących działalność **w sektorach kreatywnych** (studia produkcyjne, galerie, teatry, wydawnictwa itp.)
4. **osoby niepełnosprawne fizycznie posiadające uzdolnienia i umiejętności pozwalające na prowadzenie komercyjnej działalności twórczej**

Dodatkową grupę docelową stanowią osoby związane z wdrażaniem programów wspierających przedsiębiorczość:

1. pracownicy instytucji wdrażających środki unijne,
2. pracownicy samorządów,
3. dziennikarze,
4. działacze organizacji pozarządowych,
5. członkowie organizacji przedsiębiorców,
6. politycy i decydenci,
7. naukowcy i dydaktycy szkół artystycznych i biznesowych.

Zamawiający przewiduje opracowanie ogólnych materiałów informacyjno-promocyjnych wspólnych dla wszystkich podgrup grupy docelowej oraz materiałów skierowanych bezpośrednio do poszczególnych podgrup.

Rodzaje materiałów informacyjnych

Materiały ogólne

1. **Logotyp**
1 wzór dla całego projektu
2. **Roll-up standard**
1 wzór ogólny dla całego projektu
3. **Papier firmowy A4**
1 wzór dla całego projektu
4. **Teczka ofertowa**
1 wzór dla całego projektu



Materiały dedykowane

1. Plakat A1

2 wzory z identycznymi informacjami tekstowymi, ze zróżnicowaną częścią graficzną, skierowane do różnych grup wiekowych: 18-35 oraz 35-50

2. Ulotki A5 dwustronne

4 wzory nawiązujące do projektu graficznego plakatu z elementami dedykowanymi dla 4 podgrup grupy docelowej

3. Broszura A4 16 stron

1 wzór skierowany do grupy dziennikarzy, organizatorów i ekspertów wsparcia dla przedsiębiorczości

Treści

Zamawiający przekazuje wykonawcy pliki tekstowe z informacjami do zamieszczenia w materiałach informacyjno-promocyjnych oraz logotypy organizatora, partnerów i instytucji finansujących wraz z księgami znaków lub innymi odpowiadającymi księgom wytycznymi.

1. **LOGOTYP** w części tekstowej będzie zawierał tytuł projektu.
2. **PLAKAT** będzie zawierał hasło promocyjne, tytuł projektu, wyraźny adres strony www, syntetyczną informację opisową ogólną o projekcie, dane teleadresowe, logotyp projektu, logotyp i nazwę organizatora i partnerów, logotypy i informację o źródle finansowania.
3. **ROLL-UP** będzie zawierał hasło promocyjne, tytuł projektu, logotyp i nazwę organizatora, logotypy i informację o źródle finansowania.
4. **PAPIER FIRMOWY** będzie zawierał logotyp projektu, tytuł projektu, dane teleadresowe, logotyp organizatora, logotypy i informację o źródle finansowania.
5. **TECZKA OFERTKOWA** będzie zawierała logotyp projektu, tytuł projektu, dane teleadresowe, logotyp organizatora, logotypy i informację o źródle finansowania.
6. **ULOTKI** będą zawierały hasło promocyjne, tytuł projektu, wyraźny adres strony www, informacje szczegółowe o projekcie w odniesieniu do poszczególnych podgrup grupy docelowej, dane teleadresowe, logotyp projektu, logotyp i nazwę organizatora i partnerów, logotypy i informację o źródle finansowania.
7. **BROSZURA** będzie zawierała hasło promocyjne, tytuł projektu, wyraźny adres strony www, informacje ogólne o Akademii Leona Koźmińskiego, Centrum Przedsiębiorczości ALK, Centrum Kompetencji Europejskich ALK, projektach na rzecz rozwoju przedsiębiorczości realizowanych przez ALK, szczegółowe informacje o projekcie „Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych”, dane teleadresowe, logotyp projektu, logotyp i nazwę organizatora i partnerów, logotypy i informację o źródle finansowania; broszura będzie dwujęzyczna (polsko-angielska).



Charakterystyka wyglądu poszczególnych materiałów

Wykonawca wykona projekty z wykorzystaniem własnych fotografii i ilustracji lub fotografii i ilustracji, do których wykorzystania nabędzie odpowiednie prawa (i przekaże je Zamawiającemu).

LOGOTYP

Cel: syntetyczne wyrażenie istoty projektu „Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych” w formie graficznej dla zwiększenia rozpoznawalności przedsięwzięcia oraz dla unifikacji oznakowania materiałów promocyjnych i dokumentacji.

Logotyp powinien:

- zawierać symbolikę przedsiębiorczości jako siły tworzącej, budującej, mającej źródło w człowieku, jego umiejętnościach i zdolnościach;
- zawierać symbolikę działalności artystycznej, twórczej, która wiąże się z uatrakcyjnianiem życia i podnoszeniem jego jakości;
- zawierać symbolikę pomysłowości, innowacji i oryginalności.

Logotyp powinien zawierać nazwę projektu „Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych”.

Powyższa symbolika nie powinna być wyrażona dosłownie. Projekt powinien syntetycznie i czytelnie wyrażać ducha wymienionych wyżej cech i aktywności. Efekt zostanie osiągnięty, jeśli logotyp projektu nasuwać będzie następujące skojarzenia z przedsięwzięciem: kreatywny, dynamiczny, pomysłowy, biznesowy, innowacyjny, związany z zarabianiem pieniędzy, indywidualny, związany z kulturą i sztuką, dający wzrost i rozwój.

PLAKAT – wzór 1 (dla osób młodych)

Cel: przyciągnięcie uwagi potencjalnych uczestniczek i uczestników projektu z grupy wiekowej 18-35 lat i skłonienie ich do odwiedzenia strony internetowej projektu

Plakat powinien przedstawiać udział młodej osoby w projekcie jako

- szansę na uzyskanie życiowej i zawodowej niezależności,
- życiową okazję,
- moment w życiu, w którym może „rozwinąć swoją prawdziwą prędkość”,
- szansę na pokazanie na co ją naprawdę stać,
- szansę na nieskrępowaną realizację własnych pomysłów i marzeń,
- szansę na zrobienie czegoś po swojemu, realizację własnej wizji.

Plakat powinien wyraźnie akcentować równy dostęp kobiet i mężczyzn do projektu.



PLAKAT – wzór 2 (dla osób dojrzałych)

Cel: przyciągnięcie uwagi potencjalnych uczestniczek i uczestników projektu z grupy wiekowej 35-50 lat i skłonienie ich do odwiedzenia strony internetowej projektu

Plakat powinien przedstawiać udział dojrzałej osoby w projekcie jako

- szansę na przyspieszenie, zdynamizowanie jej życia
- szansę na pokazanie na co ją naprawdę stać
- szansę na zdobycie silnej pozycji przedsiębiorcy/czyni w społeczeństwie,
- okazję do zmiany dotychczasowego życia
- „nowy początek”
- szansę na przełamanie rutyny

Plakat powinien wyraźnie akcentować równy dostęp kobiet i mężczyzn do projektu.

ULOTKA – wersja 1 (dla studentek i studentów szkół i uczelni artystycznych)

Cel: przekazanie studentkom i studentom uczelni artystycznych podstawowych informacji o projekcie i skłonienie ich do odwiedzenia strony internetowej projektu

Ulotka powinna powielać komunikaty zaplanowane dla plakatu w wersji dla osób młodych uzupełnione dodatkowymi informacjami tekstowymi.

Ulotka powinna wyraźnie akcentować równy dostęp kobiet i mężczyzn do projektu.

ULOTKA – wersja 2 (dla osób z grupy wiekowej 25-45)

Cel: przekazanie osobom „okrzepłym” na rynku pracy podstawowych informacji o projekcie i skłonienie ich do odwiedzenia strony internetowej projektu

Ulotka powinna powielać komunikaty zaplanowane dla plakatu w wersji dla osób dojrzałych, jednak z wizerunkami osób w wieku pomiędzy wiekiem studenckim a ok. 45-50 lat, uzupełnione dodatkowymi informacjami tekstowymi.

Ulotka powinna wyraźnie akcentować równy dostęp kobiet i mężczyzn do projektu.

ULOTKA – wersja 3 (dla osób z grupy wiekowej 45+)

Cel: przekazanie osobom bardzo doświadczonym, specjalistom w swoich dziedzinach, którzy mogą odejść z etatu do prowadzenia własnej działalności gospodarczej podstawowych informacji o projekcie i skłonienie ich do odwiedzenia strony internetowej projektu

Ulotka powinna generalnie powielać komunikaty zaplanowane dla plakatu w wersji dla osób dojrzałych, jednak z wizerunkami osób w wieku ok. 50 lat, uzupełnione dodatkowymi informacjami tekstowymi.

Ulotka powinna wyraźnie akcentować równy dostęp kobiet i mężczyzn do projektu.



ULOTKA – wersja 4 (dla osób niepełnosprawnych)

Cel: przekazanie osobom niepełnosprawnym fizycznie podstawowych informacji o projekcie i skłonienie ich do odwiedzenia strony internetowej projektu

Ulotka powinna przedstawiać udział osoby wyraźnie niepełnosprawnej fizycznie w projekcie jako:

- Szansę na usamodzielnienie się,
- Szansę na wejście na rynek pracy,
- Szansę na pokazanie „na co ją stać”
- Szansę na realizację marzeń i pomysłów,
- Szansę na uzyskanie niezależności

Ulotka powinna wyraźnie wskazywać na dostęp niepełnosprawnych kobiet i mężczyzn do projektu.

BROSZURA

Cel: stworzenie odpowiedniego wizerunku projektu w grupie dziennikarzy, ekspertów, naukowców, urzędników, zachęcenie do zapoznania się z szerszą ofertą Akademii Leona Koźmińskiego

Broszura powinna przedstawiać projekt jako przedsięwzięcie

- na czasie,
- nowoczesne,
- odpowiadające potrzebom rynku
- nastawione na nowość, kreatywność, innowacje, indywidualizm
- niosące szanse na rozwój uczestniczek i uczestników
- dające szansę na rozwój Obszaru Metropolitalnego Warszawy

ale także:

- zgodne ze światowymi trendami edukacji i wspierania biznesu
- elitarne,
- prestiżowe,
- prowadzone przez doświadczonego organizatora, który jest instytucją ekspercką mającą ważny wkład w życie naukowe i biznesowe

Do przygotowania broszury Zamawiający udostępni Wykonawcy własne fotografie dokumentujące działalność Akademii oraz przedstawiające Akademię i personel projektu.

ROLL-UP, TECZKI OFERTOWE, PAPIER FIRMOWY

Cel: przekazanie informacji o projekcie i związanych z jego realizacją kwestiach formalnych (organizator, finansowanie, partnerzy) odbiorcom korespondencji, uczestniczkom i uczestnikom spotkań, odbiorcom pakietów dokumentów



Materiały promocyjne powinny przedstawiać projekt jako

- profesjonalne przedsięwzięcie organizowane przez instytucją ekspercką
- przedsięwzięcie współfinansowane przez Unię Europejską
- przedsięwzięcie z pogranicza biznesu i kultury

Kolorystyka materiałów informacyjno-promocyjnych

Kolorystyka materiałów informacyjno-promocyjnych zostanie uzgodniona z Wykonawcą w toku realizacji zamówienia. Powinna być jednak spójna z ogólnym wizerunkiem projektu, którego charakterystyka zawarta jest w wytycznych do zaprojektowania logotypu. Jednocześnie kolorystyka logotypu nie musi wprost powielać rozwiązań kolorystycznych obecnych w systemie identyfikacji wizualnej Akademii Leona Koźmińskiego (dominujące monochromatyczne niebieskie elementy graficzne).

Dodatkowe informacje

Dodatkowych informacji związanych z zamówieniem udziela

Michał Helwak

Asystent Koordynatora projektu

mhelwak@kozminski.edu.pl

22 519 11 46