

UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

Ofertę należy wypełnić wyłącznie w białych pustych polach, zgodnie z instrukcjami umieszczonymi przy poszczególnych polach lub w przypisach.

Zaznaczenie gwiazdką, np. "pobieranie*/niepobieranie*" oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź i pozostawić prawidłową. Przykład: "pobieranie*/niepobieranie*".

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta	Urząd Miejski w Gdańsku
2. Rodzaj zadania publicznego ¹⁾	16) kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i dziedzictwa narodowego

II. Dane oferenta(-tów)

1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub innej ewidencji, adres siedziby, strona www, adres do korespondencji, adres e-mail, numer telefonu	
Nazwa: Prom Kultura , Forma prawna: Stowarzyszenie Rejestrowe , Numer Krs: 0000375117 , Kod pocztowy: 80-170 , Poczta: Gdańsk , Miejscowość: Gdańsk , Ulica: Marszałka Ferdynanda Focha , Numer posesji: 22 , Numer lokalu: 6 , Województwo: pomorskie , Powiat: Gdańsk , Gmina: m. Gdańsk , Strona www: promkultura.org , Adres e-mail: ppaniec@promkultura.org , Numer telefonu: 533026069 , Adres do korespondencji jest taki sam jak adres oferenta	
2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)	Paweł Paniec Adres e-mail: ppaniec@promkultura.org Telefon: 533026069

III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

1. Tytuł zadania publicznego	Gdańsk i jego wartości			
2. Termin realizacji zadania ²⁾	Data rozpoczęcia	04.10.2020	Data zakończenia	31.12.2020

3. Syntetyczny opis zadania (wraz ze wskazaniem miejsca jego realizacji)
--

Opis zadania

Zadanie będzie polegać na stworzeniu 10 autorskich prelekcji poświęconych wartościom, które leżą u podłoża gdańskiej świadomości i są podstawą tożsamości lokalnej mieszkańców Gdańska. Punktem wyjścia dla rozważań będą herbowe motto Gdańska oraz rzeźby alegoryczne umieszczone na Złotej Bramie a treść będzie prezentować ich znaczenie w interdyscyplinarnym ujęciu nauk humanistycznych. Prelekcje zostaną nagrane w formie video i umieszczone w mediach społecznościowych, aby zapewnić ich pełną dostępność niezależną od aktualnej sytuacji. W celu zapewnienia szerokiego odbioru integralnym elementem działania będzie promocja w mediach społecznościowych, która będzie miała na celu inspirowanie dyskusji dotyczącej tematyki zadania. Dzięki temu u mieszkańców Gdańska podniesimy poziom wiedzy dotyczącej historii i kultury naszego miasta, a także wzmocnimy poczucie związku z miejscem zamieszkania poprzez refleksję nad znaczeniem wspólnego dziedzictwa.

Idea:

Gdańsk to miejsce o specjalnym charakterze. Jego mieszkańcy od wieków kształtują swoją tożsamość i związek z miastem w bardzo specyficzny sposób. Nie chodzi tylko o miejsce urodzenia, bo dla wielu z nas lub wielu z naszych przodków związek z naszym miastem było kwestią wyboru. Wybór ten dotyczył nie tylko prozaicznych kwestii życiowych, ale również wartości, z którymi jako gdańszczanie się utożsamiamy. Pomimo tego, że II wojna światowa przerwała ciągłość generacyjną i obecnych mieszkańców Gdańska nie łączy z tymi sprzed wieków wspólne pochodzenie, to fenomenem jest, że u ludzi zamieszkujących w mieście nad Motławą powstaje podobna świadomość oparta o wartości, które były tu cenione zarówno w dawniej, jak i dziś. Wartości te wyraża herbowe hasło Gdańska: *Nec temere, nec timide*, jak symbolika miejskiej architektury i sztuki, m. in. osiem alegorycznych rzeźb wieńczących Złotą Bramę (Pokój, Wolność, Szczęście, Sława, Zgoda, Sprawiedliwość, Pobożność, Rozwaga). Tym wartościom poświęcimy 10 prelekcji o charakterze popularyzatorskim, dostosowanym dla szerokiego odbiorcy. Spojrzymy na nie z interdyscyplinarnej perspektywy nauk humanistycznych bazując na dorobku historii sztuki, historii, filozofii czy socjologii.

Realizacja:

Przygotowany materiał merytoryczny dotyczący każdego z tematów (tekst oraz materiał ilustracyjny - zdjęcia/video z konkretnych lokalizacji w Gdańsku) zostanie zarejestrowany w formie ok. 60 minutowego wykładu i umieszczony w internecie (na profilach Stowarzyszenia PROM Kultura na stronach facebook.com, youtube.com oraz na promkultura.org), w cyklu tygodniowym. Następnie z wykorzystaniem mediów społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube) wypromowany, aby uzyskać odpowiedni zasięg dla 10 utworów oraz dla treści na nich opartych, które będą go promować. Treści promocyjne będą również przekazywać informacje dotyczące historii i kultury Gdańska, przez co będą nie tylko technicznym aspektem zadania, ale będą spełniały rolę edukacyjną niezależnie od zasięgów treści głównej. Dzięki takiej strukturze projektu planujemy osiągnąć szeroki odbiór treści powiększających zasób wiedzy odbiorców.

W ramach projektu powstanie 10 ok. 60-minutowych autorskich wykładów o charakterze popularyzatorskim i interdyscyplinarnym łączącym spojrzenie z perspektywy historii sztuki, historii lokalnej i powszechnej, filozofii, socjologii. Wykłady będą przygotowane i prezentowane przez Pawła Paniec i Annę Ratajczak - Krajkę.

Tematy poszczególnych odcinków:

1. *Nec temere, nec timide* - czyli skąd się wzięli gdańszczanie i jak ich rozpoznać
2. Pokój
3. Sława
4. Szczęście

5. Wolność
6. Zgoda
7. Sprawiedliwość
8. Pobożność
9. Rozwaga
10. O innych wartościach i symbolach Gdańska, czyli spojrzenie w przyszłość.

Odbiorcy:

Zadanie jest adresowane do osób dorosłych:

1. mieszkańców Gdańska i okolic
2. mieszkańców innych stron Polski, które dzięki kontaktowi z treściami będącymi produktem zadania nie tylko poznać historię i kulturę Gdańska, ale będą mogły obrać go za cel turystyczny lub miejsce przyszłego zamieszkania

Promocja:

1. Działania w mediach społecznościowych (posty na Facebooku i Instagramie) - budowanie zasięgu organicznego i płatnego mające na celu zainteresowanie treścią wykładów oparte o:
2. Content marketing jako główny element działań promocyjnych - treści promocyjne (foto, video i teksty) będą oparte o wiedzę dotyczącą kultury i historii Gdańska, dzięki temu będą stanowiły autonomiczny element edukacyjny projektu
3. Emitowane w social mediach treści (min. 30 postów) będą miały na celu nie tylko informowanie o treści zadania, ale także motywowanie do dyskusji i interakcji, co znacząco wpłynie na zwiększenie zasięgów prowadzonych działań. W ramach tych działań uwzględniona będzie moderacja dyskusji, aby zadbać o należyty poziom i kierunek dyskusji.
4. ok. 80% budżetu reklamowego będzie wykorzystane na skierowanie treści do mieszkańców Gdańska wykazujących zainteresowanie poruszaną tematyką
5. ok. 20% budżetu reklamowego będzie skierowane do osób spoza Gdańska, aby wzbudzić zainteresowanie naszym miastem osób z zewnątrz
6. Działania PR skierowane do lokalnych mediów (informacja prasowa wysłana kilkakrotnie w trakcie trwania projektu)
7. Informacja o projekcie i kolejnych odcinkach będzie wysyłana drogą elektroniczną do organizacji działających na terenie Gdańska skupiających osoby zainteresowane tematyką poruszaną w projekcie, w tym do instytucji kultury, klubów seniora, bibliotek, domów kultury, szkół i przedszkoli, rad dzielnic.

Harmonogram:

1. 04.10. - 18.10.2020 Prace przygotowawcze, produkcja pierwszego odcinka i pierwsze działania promocyjne
2. 18.10.2020 - 20.12.2020 - Emisja i produkcja kolejnych odcinków, działania promocyjne (daty emisji kolejnych odcinków: 11.10., 18.10., 25.10., 02.11., 08.11., 15.11., 22.11., 29.11., 07.12., 15.12.)
3. 20.12. - 31.12.2020 - działania promocyjne, podsumowanie, ewaluacja i sprawozdanie projektu

Trwałe skutki oddziaływania projektu:

Dzięki umieszczeniu całego materiału (wykłady i merytoryczne treści umieszczone w social mediach) możliwość wykorzystania go będzie sięgać poza ramy zadania i w sposób trwały wejdzie do zasobu treści wykorzystywanych w edukacji i rozwoju zainteresowania historią i kulturą Gdańska.

Miejsce realizacji

Gdańsk (siedziba Stowarzyszenia, oraz wybrane plenery i wnętrza na terenie miasta powiązane tematycznie z treścią prelekcji)

4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Zwiększenie oferty edukacyjnej dot. historii i kultury Gdańska dostępnej w sieci	10 wykładów / filmów	Filmy będą ogólnodostępne w sieci na stronach facebook.com, youtube.com, promkultura.org
Akcja promocyjna dot. kultury i historii Gdańska	min. 10000 osób	Statystyki wyświetleń materiałów promocyjnych i informacyjnych realizowanych w trakcie trwania projektu
Zwiększenie ilości treści dot. historii i kultury Gdańska w mediach społecznościowych	min. 30 postów	Posty będą dostępne w portalach Facebook i Instagram
Podniesienie poziomu wiedzy dot. historii i kultury Gdańska	75%	Ankiety skierowane do wybranej grupy 50 odbiorców projektu
Oglądalność wykładów powstałych w ramach projektu	min. 250/wykład	minimalna zakładana ilość wyświetleń każdego z wykładów w trakcie trwania projektu mierzona statystykami wyświetleń ze stron na których będą umieszczone materiały (facebook.com, youtube.com, promkultura.org)

5. Krótka charakterystyka Oferenta, jego doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie oraz zasobów, które będą wykorzystywane w realizacji zadania.

Charakterystyka oferenta

Stowarzyszenie PROM Kultura powstało w 2011 r. i zajmuje się realizacją zadań wspierających świadome uczestnictwo w kulturze.

Nasze działania kierujemy do wszystkich grup wiekowych: dzieci, dorośli i seniorów.

Stowarzyszenie w poprzednich latach realizowało zadania publiczne (w tym dofinansowane z budżetu Miasta Gdańska) dotyczące edukacji kulturalnej dzieci i dorosłych, w tym projekty dotyczące historii i kultury Gdańska, popularyzacji sztuki, edukacji w zakresie technik plastycznych, projekty popularyzujące wiedzę naukową, warsztaty filozoficzne dla dzieci i dorosłych, edukacyjne i animacyjne zajęcia związane z projektowaniem i troską o przestrzeń publiczną, szczególnie w jej "zielonym" aspekcie.

Wybrane projekty realizowane przez Stowarzyszenie PROM KULTURA:

- Z rodziną przez Gdańsk zabawy z legendą - warsztaty dla dzieci i rodziców oparte o kulturę i tradycję dawnego Gdańska
- Ja czuję - ja buduję - zajęcia prowadzone w gdańskich przedszkolach nakierowane na kształcenie umiejętności budowania zdrowych relacji
- Czytanie na polanie (dwie edycje) - piknik łączący czytelnictwo z ekologią
- ZaprojektujMY to - warsztaty dla dzieci i rodziców wprowadzające w świat projektowania (od ubrań, przez wzornictwo przemysłowe, po architekturę)
- Wzory i kolory - warsztaty dla dzieci i rodziców edukujące w zakresie technik plastycznych
- Tato, a kto to? (cztery edycje) - warsztaty dla dzieci i rodziców opowiadające o patronach gdańskich ulic, ważnych postaciach z historii Gdańska i Polski, jedna z edycji była poświęcona patronom gdańskich tramwajów
- Myśl dojrzała (trzy edycje) - spotkania filozoficzne dla seniorów z Gdańska
- Mapa myśli - spotkania dla dorosłych mieszkańców Gdańska popularyzujące wiedzę filozoficzną

Doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie

Paweł Paniec – filozof, animator kultury, koordynator projektów edukacyjnych, posiada doświadczenie w pracy z Seniorami zdobyte przy projektach z cyklu „Myśl dojrzała, czyli filozofia dla Seniorów” realizowanych w 2015 r. i 2016 r., projekcie popularyzującym filozofię „Mapa Myśli” czy cyklu warsztatów filozoficznych dla dzieci „zMYŚLne zabawy”, poza tym realizował liczne projekty skierowane do dzieci i rodziców (m.in. cykl „Tato, a kto to?” w latach 2014 – 2017, „Dzieciaki - Myślaki”). Prezes Stowarzyszenia PROM*Kultura oraz koordynator projektów edukacyjnych w Fundacji Centrum Solidarności, gdzie realizuje alternatywne formy popularyzacji wiedzy o historii Polski (np. projekty „Miasteczko Herberta”, „SEGMENT, czyli PRL dla początkujących” i „Znani – Niezapomniani”)

Anna Ratajczak-Krajka: historyczka sztuki, kustosz i edukatorka w Oddziale Etnografii Muzeum Narodowego w Gdańsku. Koordynatorka wielu projektów wystawienniczych, muzycznych, literackich czy edukacyjnych takich jak: projekt artystyczno-badawczy „Oblicza Polonii: mieszkańcy Hamtramck” (USA i Polska), projekt badawczo-literacki „Emigrantki własnym głosem”, projekt muzyczny „Powrót Panufnika. 100. Rocznica urodzin kompozytora”, wystawa fotografii „Atlas imigranta” na Open'er Festival 2017, wystawa „Dźwięki pierwotne” w Muzeum Narodowym w Gdańsku. Współpracowała z Agencją Kontakt Grzegorz Furgo i Muzeum Emigracji w Gdyni oraz wieloma instytucjami w Polsce i za granicą. Realizowała projekty artystyczno-badawcze, które były prezentowane w Polsce i USA.

Zasoby, które będą wykorzystywane w realizacji zadania

Stowarzyszenie posiada sprzęt i zasoby lokalowe do bieżącej realizacji zadania.

IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Przygotowanie treści 10 wykładów, koncepcji i scenariuszy nagrań	4000,0		
2.	Obsługa techniczna (w tym produkcja lub wynajem rekwizytów i elementów scenografii, wynajem sprzętu do rejestracji, pozyskanie niezbędnych zgód i licencji, montaż, obróbka materiału) - część realizowana przez podmiot nie będący stroną umowy	3000,0		
3.	Promocja w mediach społecznościowych (opracowanie treści, reklama płatna) - część realizowana przez podmiot nie będący stroną umowy	3000,0		
4.	Obsługa księgowa i prawna - część realizowana przez podmiot nie będący stroną umowy	600,0		
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		10600,0	10000,0	600,0

V. Oświadczenia

Oświadczam(y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta(-tów);
- 2) pobieranie świadczeń pieniężnych będzie się odbywać wyłącznie w ramach prowadzonej odpłatnej działalności pożytku publicznego;
- 3) oferent* / oferenci* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)* / ~~zalega(-ją)*~~ z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 4) oferent* / oferenci* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)* / ~~zalega(-ją)*~~ z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne;
- 5) dane zawarte w części II niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym* / ~~inną właściwą ewidencją*~~ ;
- 6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 7) w zakresie związanym ze składaniem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

.....

....

.....

....

.....

....

(podpis osoby
upoważnionej
lub podpisy osób
upoważnionych
do składania oświadczeń
woli
w imieniu oferenta)

Data.....

¹⁾ Rodzaj zadania zawiera się w zakresie zadań określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2018 r. poz. 450, z późn. zm.).

²⁾ Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.