Załącznik nr 1 do Umowy

Znak sprawy: ESR.272.1.33.2015 ………………………, dn. …………………

**Harmonogram realizacji umowy**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Etap prac** | **Osoba odpowiedzialna za realizację etapu** | **Marzec** | | | | **Kwiecień** | | | | **Maj** | | | | **Czerwiec** | | | |
| **Zadanie nr 1 Opracowanie Strategii Komunikacji marki Kameralne Pojezierze na lata 2014-2020** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap I – Analiza sytuacji wyjściowej**: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap II – Analiza względem konkurencji -** rozpoznanie rynku: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap III – Określenie i uzasadnienie mierzalnych celów komunikacji z otoczeniem marki** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap IV – Wybór grup docelowych działań promocyjnych** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap V – Zaplanowanie działań i dobór narzędzi komunikacji względem wybranych grup docelowych** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap VI – Harmonogram wdrożenia działań**~~,~~ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Etap VII – Określenie narzędzi do oceny efektywności podjętych działań marketingowych**. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Zadanie nr 2 Opracowanie biznesowej oferty turystycznej regionu oraz organizacja 3-dniowej wizyty studyjnej** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Zadanie nr 3 Opracowanie założeń certyfikacji marki** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Opis metodologii przeprowadzenia badań: ………………………………………………………

………………………………………………………………….………………………….………….

(podpis Wykonawcy lub upoważnionego przedstawiciela)