Załącznik nr 2
Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

I. Zamawiający

Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
Rynek 11
26-600 Radom
NIP: 7960078513

II. Nazwa zamówienia

Kompleksowa usługa organizacji szkoleń podnoszących kompetencje pracowników Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu w ramach projektu FEnIKS

Realizacja w ramach projektu pn. „Rozwój działalności Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu poprzez stworzenie dodatkowej przestrzeni kulturalnej wraz z wprowadzeniem nowej oferty kulturalno-edukacyjnej".

III. Cel zamówienia

Celem zamówienia jest kompleksowa organizacja szkoleń podnoszących kompetencje pracowników Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu w ramach projektu pn. „Rozwój działalności Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu poprzez stworzenie dodatkowej przestrzeni kulturalnej wraz z wprowadzeniem nowej oferty kulturalno-edukacyjnej", realizowanego w ramach działania FENX.07.01 Infrastruktura kultury i turystyki kulturowej, Priorytet FENX.07 Kultura, Program Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko 2021–2027.

Szkolenia dotyczyć będą następujących bloków tematycznych:

1. dywersyfikacja źródeł finansowania działalności w okresie trwałości projektu;
2. pozyskiwanie funduszy na działalność i rozwój instytucji ze źródeł pozabudżetowych;
3. wprowadzanie innowacyjnych form uczestnictwa w kulturze;
4. organizacja działalności kulturalnej;
5. transformacja cyfrowa.

Szkolenia mają na celu skuteczne i efektywne wdrożenie nowej oferty kulturalno-edukacyjnej w Muzeum.

Szkolenia mają w szczególności służyć:

1. przygotowaniu Muzeum do efektywnego funkcjonowania w zmieniającym się środowisku kulturalnym i technologicznym;
2. skutecznemu wdrożeniu nowej oferty kulturalno-edukacyjnej;
3. rozwojowi kompetencji pracowników w obszarach zarządzania, finansowania, organizacji działalności kulturalnej, innowacyjnych form uczestnictwa w kulturze oraz transformacji cyfrowej.

W ramach zamówienia przewiduje się przeszkolenie łącznie 57 pracowników Muzeum, zatrudnionych na podstawie umowy o pracę, przy czym poszczególne osoby mogą uczestniczyć w więcej niż jednym szkoleniu, zgodnie z zaplanowanym podziałem na grupy wynikającym z projektu.

Wskazane w opisie liczby uczestników poszczególnych szkoleń oznaczają planowaną liczbę miejsc szkoleniowych w danym szkoleniu. Ta sama osoba może uczestniczyć w więcej niż jednym szkoleniu.

Zakres tematyczny szkoleń oraz liczba uczestników są zgodne ze Studium Wykonalności projektu oraz wnioskiem o dofinansowanie.

IV. Zakres przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie, organizacja i przeprowadzenie pięciu dwudniowych szkoleń, po 16 godzin dydaktycznych każde, w następujących blokach tematycznych.

Przez 1 godzinę dydaktyczną należy rozumieć 45 minut zajęć.

Łączny wymiar wszystkich szkoleń wynosi 80 godzin dydaktycznych.

Programy szkoleń przedstawione poniżej mają charakter ramowy. Wykonawca jest zobowiązany zrealizować co najmniej wskazane zagadnienia, przy czym dopuszcza się modyfikację układu zajęć, nazewnictwa modułów oraz zastosowanie autorskich metod pracy, o ile nie prowadzi to do ograniczenia zakresu merytorycznego szkolenia ani zmiany jego celu.

1. Szkolenie 1 — Dywersyfikacja źródeł finansowania działalności w okresie trwałości projektu

1. Liczba dni/godzin: 2 dni — 16 godzin dydaktycznych.
2. Liczba uczestników: 9 osób.
3. Forma pracy: wykład i warsztat.
4. Cel szkolenia: podniesienie kompetencji w zakresie planowania i wdrażania strategii dywersyfikacji przychodów instytucji kultury po zakończeniu projektu inwestycyjnego.
5. Zakres tematyczny:

Dzień 1

a) Wprowadzenie do dywersyfikacji źródeł finansowania

- definicja i znaczenie dywersyfikacji finansowej;
- przegląd dostępnych źródeł finansowania w sektorze kultury;
- studia przypadków: przykłady instytucji kultury skutecznie dywersyfikujących źródła dochodów.

b) Fundusze europejskie jako źródło finansowania

- zasady ubiegania się o fundusze europejskie;
- priorytety programu FEnIKS i rola kultury;
- przygotowanie skutecznego wniosku o dofinansowanie.

c) Granty i dotacje krajowe

- przegląd dostępnych programów dotacyjnych na poziomie krajowym;
- strategie pozyskiwania grantów z instytucji publicznych i prywatnych;
- przykłady skutecznego pozyskiwania dotacji przez inne instytucje kultury.

d) Partnerstwa publiczno-prywatne

- definicja i typy partnerstw publiczno-prywatnych;
- zasady nawiązywania współpracy z sektorem prywatnym;
- korzyści i ryzyka związane z partnerstwami.

e) Finansowanie społecznościowe — crowdfunding

- mechanizmy działania platform crowdfundingowych;
- przygotowanie i promocja kampanii crowdfundingowej;
- przykłady kampanii z sektora kultury.

f) Podsumowanie dnia i dyskusja

- omówienie głównych wniosków z dnia;
- pytania i odpowiedzi.

Dzień 2

g) Planowanie strategiczne i budżetowanie

- tworzenie planu dywersyfikacji finansowania dla instytucji kultury;
- rola budżetowania w zarządzaniu wieloma źródłami finansowania;
- monitorowanie i ocena efektywności planu.

h) Marketing i promocja w procesie pozyskiwania funduszy

- znaczenie marketingu w pozyskiwaniu środków;
- techniki promocji i komunikacji;
- tworzenie strategii komunikacyjnej z donatorami i partnerami.

i) Warsztaty praktyczne: tworzenie strategii dywersyfikacji

- praca w grupach nad stworzeniem strategii dywersyfikacji finansowania dla Muzeum;
- prezentacja wypracowanych strategii.

j) Zarządzanie ryzykiem i reagowanie na kryzysy finansowe

- identyfikacja ryzyk związanych z dywersyfikacją źródeł finansowania;
- opracowanie planu zarządzania kryzysowego;
- narzędzia monitorowania sytuacji finansowej.

k) Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów

- przegląd kluczowych elementów szkolenia;
- ocena szkolenia przez uczestników;
- wręczenie certyfikatów uczestnictwa.

2. Szkolenie 2 — Pozyskiwanie funduszy na działalność i rozwój instytucji ze źródeł pozabudżetowych

1. Liczba dni/godzin: 2 dni — 16 godzin dydaktycznych.
2. Liczba uczestników: 7 osób.

3. Forma pracy: wykład i ćwiczenia projektowe.
4. Cel szkolenia: wzmocnienie kompetencji w zakresie identyfikacji źródeł finansowania, przygotowywania wniosków oraz zarządzania projektami finansowanymi z funduszy zewnętrznych.
5. Zakres tematyczny:

Dzień 1

a) Znaczenie finansowania ze źródeł pozabudżetowych

- rola finansowania pozabudżetowego w funkcjonowaniu instytucji kultury;
- przegląd dostępnych źródeł pozabudżetowych, w tym fundacji, grantów, sponsoringu, darowizn i crowdfundingu.

b) Granty i dotacje od fundacji oraz organizacji pozarządowych

- przegląd głównych fundacji krajowych i międzynarodowych wspierających kulturę;
- skuteczne aplikowanie o granty i dotacje;
- przykłady skutecznych aplikacji z sektora kultury.

c) Sponsoring i partnerstwa z sektorem prywatnym

- zasady współpracy z firmami i korporacjami;
- przygotowanie oferty sponsorskiej dla sektora prywatnego;
- przykłady skutecznych partnerstw w sektorze kultury.

d) Crowdfunding jako narzędzie finansowania projektów kulturalnych

- mechanizmy działania platform crowdfundingowych;
- tworzenie kampanii crowdfundingowej krok po kroku;
- analiza udanych kampanii crowdfundingowych.

e) Mecenat indywidualny i darowizny

- skuteczne przyciąganie mecenasów kultury;
- praktyczne wskazówki dotyczące budowania relacji z darczyńcami;
- korzyści podatkowe związane z darowiznami.

f) Podsumowanie dnia i dyskusja

- omówienie kluczowych zagadnień;
- pytania i odpowiedzi.

Dzień 2

a) Planowanie i zarządzanie projektami pozabudżetowymi

- opracowywanie planów pozyskiwania funduszy;
- zarządzanie projektem finansowanym ze źródeł pozabudżetowych;
- monitoring, ewaluacja i raportowanie.

b) Marketing i komunikacja w pozyskiwaniu funduszy

- tworzenie skutecznych kampanii promujących projekty;
- strategie budowania marki instytucji kultury;
- narzędzia komunikacyjne i media społecznościowe w kontekście pozyskiwania funduszy.

c) Warsztaty praktyczne: tworzenie oferty sponsorskiej i grantowej

- praca w grupach nad opracowaniem oferty dla sponsorów lub wniosku grantowego;
- prezentacja i omówienie opracowanych dokumentów przez grupy.

d) Zarządzanie relacjami z partnerami i sponsorami

- budowanie długoterminowych relacji z partnerami finansowymi;
- utrzymywanie i rozwijanie kontaktów z darczyńcami i sponsorami;
- narzędzia do zarządzania relacjami, w tym CRM.

e) Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów

- podsumowanie najważniejszych punktów szkolenia;
- ewaluacja szkolenia przez uczestników;
- wręczenie certyfikatów uczestnictwa.

3. Szkolenie 3 — Wprowadzanie innowacyjnych form uczestnictwa w kulturze

1. Liczba dni/godzin: 2 dni — 16 godzin dydaktycznych.
2. Liczba uczestników: 29 osób.
3. Forma pracy: warsztat kreatywny i prezentacje.
4. Cel szkolenia: rozwinięcie kompetencji w zakresie projektowania nowoczesnych i angażujących form uczestnictwa w kulturze, dostosowanych do różnych grup odbiorców.
5. Zakres tematyczny:

Dzień 1

a) Trendy w uczestnictwie w kulturze

- przegląd najnowszych trendów i technologii wpływających na uczestnictwo w kulturze;
- przykłady innowacyjnych inicjatyw kulturalnych z Polski i ze świata.

b) Technologie cyfrowe w kulturze

- rola technologii cyfrowych w rozszerzaniu dostępu do kultury;
- wirtualna rzeczywistość, VR, i rozszerzona rzeczywistość, AR, w muzeach;
- cyfrowe archiwa, wystawy online, aplikacje mobilne.

c) Grywalizacja jako forma angażowania publiczności

- zasady grywalizacji i jej zastosowanie w instytucjach kultury;
- projektowanie gier edukacyjnych i interaktywnych ścieżek zwiedzania;
- studia przypadków: muzea i instytucje kultury, które wprowadziły grywalizację.

d) Zarządzanie projektami innowacyjnymi w kulturze

- wprowadzanie innowacji w instytucjach kultury: planowanie, wdrażanie, ewaluacja;
- zarządzanie zespołami projektowymi;
- finansowanie innowacyjnych projektów kulturalnych, w tym dotacje, crowdfunding i partnerstwa.

e) Kreatywność i design thinking w tworzeniu ofert kulturalnych

- metody twórczego myślenia i rozwiązywania problemów;
- proces design thinking: od identyfikacji potrzeb użytkowników do wdrożenia rozwiązań;
- warsztaty praktyczne: generowanie pomysłów na innowacyjne projekty kulturalne.

f) Podsumowanie dnia i dyskusja

- omówienie kluczowych zagadnień i wyciągniętych wniosków;
- pytania i odpowiedzi.

Dzień 2

g) Publiczność cyfrowa: strategie angażowania i budowania społeczności online

- tworzenie i utrzymanie cyfrowej społeczności wokół instytucji kultury;
- rola mediów społecznościowych, blogów, podcastów i transmisji na żywo;
- przykłady udanych strategii angażowania publiczności online.

h) Nowe modele uczestnictwa: hybrydowe wydarzenia kulturalne

- organizacja wydarzeń hybrydowych, online i offline;
- logistyka, promocja i zarządzanie ryzykiem w hybrydowych inicjatywach;
- przykłady wydarzeń hybrydowych w instytucjach kultury.

i) Warsztaty praktyczne: projektowanie innowacyjnych form uczestnictwa

- praca w grupach nad konkretnymi projektami innowacyjnymi dla Muzeum;
- tworzenie koncepcji i prototypów innowacyjnych form uczestnictwa;
- prezentacja wyników pracy grup.

j) Zarządzanie zmianą i adaptacja instytucji do innowacji

- skuteczne zarządzanie zmianą w organizacji;
- pokonywanie oporu wobec innowacji;
- strategie budowania kultury innowacyjności w zespole.

k) Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów

- przegląd najważniejszych punktów szkolenia;
- ocena szkolenia przez uczestników;
- wręczenie certyfikatów uczestnictwa.

4. Szkolenie 4 — Organizacja działalności kulturalnej

1. Liczba dni/godzin: 2 dni — 16 godzin dydaktycznych.
2. Liczba uczestników: 36 osób.
3. Forma pracy: wykład i warsztat praktyczny.
4. Cel szkolenia: podniesienie kompetencji w zakresie planowania i organizowania wydarzeń kulturalnych, zarządzania projektami oraz pracy z odbiorcami.
5. Zakres tematyczny:

Dzień 1

a) Wprowadzenie do organizacji działalności kulturalnej

- znaczenie działalności kulturalnej w społeczności lokalnej i jej wpływ na rozwój społeczeństwa;
- przegląd podstawowych zadań i wyzwań związanych z organizacją działalności kulturalnej.

b) Planowanie i zarządzanie projektami kulturalnymi

- etapy planowania projektu kulturalnego: od pomysłu do realizacji;
- narzędzia do zarządzania projektami, w tym wykres Gantta, kalendarze projektowe i matryce logiczne;
- studia przypadków: przykłady dobrze zorganizowanych projektów kulturalnych.

c) Budżetowanie i zarządzanie finansami w projektach kulturalnych

- tworzenie realistycznych budżetów dla projektów kulturalnych;
- monitorowanie kosztów i zarządzanie finansami w trakcie realizacji projektu;
- pozyskiwanie finansowania i zasobów na projekty kulturalne.

d) Logistyka i zarządzanie zasobami

- zarządzanie zasobami ludzkimi, technicznymi i materialnymi;
- koordynacja działań: harmonogramy, delegowanie zadań, kontrola realizacji;
- przykłady rozwiązywania problemów logistycznych w działalności kulturalnej.

e) Promocja i marketing wydarzeń kulturalnych

- tworzenie strategii promocji wydarzeń kulturalnych;
- narzędzia marketingowe: media społecznościowe, PR, reklama tradycyjna i cyfrowa;
- skuteczne dotarcie do docelowych grup odbiorców.

f) Podsumowanie dnia i dyskusja

- omówienie kluczowych zagadnień i refleksje uczestników;
- pytania i odpowiedzi.

Dzień 2

g) Współpraca międzyinstytucjonalna i budowanie partnerstw

- nawiązywanie i rozwój współpracy z innymi instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi i samorządami;

- modele partnerstw: partnerstwa publiczno-prywatne, współpraca międzyinstytucjonalna i międzynarodowa;
- przykłady skutecznej współpracy i partnerstw w sektorze kultury.

h) Zarządzanie wydarzeniami i festiwalami kulturalnymi

- planowanie i organizacja dużych wydarzeń kulturalnych, w tym festiwali, koncertów i wystaw;
- zarządzanie zespołem, współpraca z artystami i wykonawcami;
- przykłady udanych wydarzeń i festiwali kulturalnych.

i) Warsztaty praktyczne: organizacja wybranego wydarzenia kulturalnego

- praca w grupach nad stworzeniem planu organizacyjnego wybranego wydarzenia kulturalnego;
- opracowanie harmonogramu, budżetu, planu promocji i logistyki;
- prezentacja i omówienie przygotowanych projektów przez grupy.

j) Ewaluacja i raportowanie w projektach kulturalnych

- mierzenie sukcesu projektów kulturalnych: wskaźniki efektywności, ankiety, opinie uczestników;
- tworzenie raportów z realizacji projektów i ich znaczenie dla przyszłych działań;
- przykłady ewaluacji projektów kulturalnych.

k) Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów

- przegląd najważniejszych zagadnień omówionych podczas szkolenia;
- ocena szkolenia przez uczestników;
- wręczenie certyfikatów uczestnictwa.

5. Szkolenie 5 — Transformacja cyfrowa w instytucji kultury

1. Liczba dni/godzin: 2 dni — 16 godzin dydaktycznych.
2. Liczba uczestników: 7 osób.
3. Forma pracy: wykład i praca warsztatowa.
4. Cel szkolenia: rozwój kompetencji cyfrowych pracowników Muzeum w zakresie digitalizacji, oferty online, komunikacji cyfrowej i wykorzystania nowych technologii.
5. Zakres tematyczny:

Dzień 1

a) Podstawy transformacji cyfrowej w kulturze

- definicja i znaczenie transformacji cyfrowej;
- główne trendy cyfryzacji w sektorze kultury;
- przykłady instytucji kultury, które przeszły udaną transformację cyfrową.

b) Cyfryzacja zasobów i archiwów

- przegląd technologii i narzędzi do digitalizacji zbiorów muzealnych;
- standardy i dobre praktyki w cyfryzacji zasobów kulturalnych;
- zarządzanie cyfrowymi archiwami: dostęp, ochrona, udostępnianie.

c) Cyfrowa oferta kulturalna: wirtualne wystawy i wydarzenia online

- tworzenie wirtualnych wystaw: narzędzia, platformy, zasady projektowania;
- organizacja wydarzeń kulturalnych online, w tym webinarów, koncertów i festiwali;
- przykłady udanych projektów cyfrowych w instytucjach kultury.

d) Zarządzanie danymi i analityka w instytucjach kultury

- zbieranie i analiza danych w kontekście działalności kulturalnej;
- wykorzystanie danych do podejmowania decyzji strategicznych;
- przykłady narzędzi do analityki danych i ich zastosowanie w kulturze.

e) Ochrona danych i cyberbezpieczeństwo

- podstawy ochrony danych osobowych i RODO w kontekście instytucji kultury;
- zabezpieczanie cyfrowych zasobów i infrastruktury przed cyberzagrożeniami;
- przykłady incydentów i strategie minimalizacji ryzyka.

f) Podsumowanie dnia i dyskusja

- omówienie kluczowych zagadnień i refleksje uczestników;
- pytania i odpowiedzi.

Dzień 2

g) Strategie wdrażania transformacji cyfrowej

- opracowanie strategii cyfryzacji w instytucji kultury;
- zarządzanie zmianą: przygotowanie zespołu i organizacji do transformacji;
- przykłady strategicznych planów cyfryzacji w muzeach i innych instytucjach kultury.

h) Narzędzia i platformy wspierające transformację cyfrową

- przegląd narzędzi do zarządzania projektami cyfrowymi, platform e-learningowych, CRM i CMS;
- wybór odpowiednich technologii w zależności od potrzeb instytucji;
- warsztaty: prezentacja i testowanie wybranych narzędzi cyfrowych.

i) Praktyczne aspekty wdrażania technologii cyfrowych

- integracja nowych technologii z istniejącymi procesami i systemami;
- przykłady rozwiązań: od wirtualnych biletów po interaktywne zwiedzanie;
- studia przypadków: problemy i wyzwania związane z wdrażaniem technologii w muzeach.

j) Warsztaty praktyczne: tworzenie planu transformacji cyfrowej

- praca w grupach nad opracowaniem planu cyfryzacji dla wybranego aspektu działalności Muzeum;
- prezentacja i omówienie wyników pracy grup;
- informacja zwrotna i dopracowanie koncepcji.

k) Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów

- przegląd najważniejszych zagadnień omówionych podczas szkolenia;
- ewaluacja szkolenia przez uczestników;
- wręczenie certyfikatów uczestnictwa.

V. Wymagania ogólne wspólne dla organizacji wszystkich szkoleń

W ramach każdego szkolenia Wykonawca będzie zobowiązany do:

1. zapewnienia odpowiednio wykwalifikowanego personelu trenerskiego, spełniającego wymagania określone w dokumentacji postępowania;
2. przygotowania szczegółowego programu szkolenia, uwzględniającego problematykę wskazaną w zakresie tematycznym danego szkolenia oraz przekazania go Zamawiającemu do akceptacji nie później niż 5 dni roboczych przed planowanym terminem szkolenia;
3. przygotowania szczegółowych materiałów szkoleniowych, w tym prezentacji multimedialnej, przez trenera wskazanego przez Wykonawcę oraz przekazania ich Zamawiającemu do akceptacji nie później niż 5 dni roboczych przed planowanym terminem szkolenia;
4. uwzględnienia uwag Zamawiającego do programu szkolenia, materiałów szkoleniowych, treści ankiety ewaluacyjnej, walidacji oraz wzoru certyfikatu lub dyplomu; wykorzystanie tych dokumentów bez uprzedniej akceptacji Zamawiającego jest niedopuszczalne;
5. przygotowania materiałów szkoleniowych dla wszystkich uczestników oraz przekazania 1 egzemplarza materiałów Zamawiającemu;
6. przekazania potwierdzenia odbioru materiałów szkoleniowych przez uczestników szkolenia;
7. udzielenia Zamawiającemu niewyłącznej licencji na korzystanie z materiałów szkoleniowych zgodnie z warunkami określonymi w umowie;
8. przygotowania imiennych certyfikatów lub dyplomów ukończenia szkolenia dla każdego uczestnika;
9. przedstawienia wzoru certyfikatu lub dyplomu do akceptacji Zamawiającego nie później niż 5 dni roboczych przed planowanym terminem szkolenia;
10. uwzględnienia imiennego wykazu uczestników przekazanego przez Zamawiającego najpóźniej 1 dzień roboczy przed planowanym terminem szkolenia;
11. przekazania listy potwierdzającej odbiór certyfikatów lub dyplomów przez uczestników wraz z kopiami wydanych certyfikatów lub dyplomów;
12. przygotowania i przeprowadzenia ankiety ewaluacyjnej po każdym szkoleniu;
13. przedstawienia treści ankiety ewaluacyjnej do akceptacji Zamawiającego nie później niż 5 dni roboczych przed planowanym terminem szkolenia;
14. przygotowania i przeprowadzenia walidacji efektów szkolenia, w szczególności w formie krótkiego testu wiedzy lub zadania praktycznego powiązanego z tematyką szkolenia, oraz przedstawienia jej do akceptacji Zamawiającego nie później niż 5 dni roboczych przed planowanym terminem szkolenia;
15. przekazania Zamawiającemu ankiet ewaluacyjnych, wyników walidacji oraz pozostałej dokumentacji poszkoleniowej nie później niż 10 dni kalendarzowych po zakończeniu szkolenia, w wersji papierowej i elektronicznej;
16. oznaczenia wszystkich dokumentów związanych ze szkoleniem zgodnie z wytycznymi programu, w szczególności poprzez stosowanie właściwych logotypów oraz informacji o współfinansowaniu;
17. opracowania krótkiego raportu z przebiegu i wyników każdego szkolenia, obejmującego co najmniej:

    a) informacje takie jak: nazwa projektu, nazwa Zamawiającego, nazwa Wykonawcy, forma szkolenia, temat szkolenia, wymiar godzinowy szkolenia, daty szkolenia, harmonogram szkolenia, imię i nazwisko trenera prowadzącego szkolenie;

b) program szkolenia;
c) harmonogram szkolenia;
d) listę uczestników szkolenia;
e) listę obecności;
f) zestawienie wyników walidacji;
g) listę osób, które ukończyły szkolenie i otrzymały certyfikat lub dyplom;

18. zapewnienia możliwości kontaktu mailowego z trenerem przez 30 dni roboczych po zakończeniu szkolenia w zakresie pytań merytorycznych związanych z tematyką szkolenia;
19. zapewnienia opieki techniczno-organizacyjnej w trakcie trwania szkolenia;
20. zapewnienia, aby miejsce realizacji szkolenia znajdowało się w granicach administracyjnych miasta Radomia;
21. zapewnienia, aby budynek, w którym odbywa się szkolenie, w tym sala szkoleniowa, pomieszczenia przeznaczone do wydawania i spożywania posiłków oraz toalety, był dostępny dla osób ze szczególnymi potrzebami, w tym osób z niepełnosprawnościami, oraz spełniał wymagania wynikające z przepisów BHP;
22. zapewnienia sali szkoleniowej wyposażonej co najmniej w stoły, krzesła, projektor, flipchart albo tablicę suchościeralną, dostęp do Internetu w postaci Wi-Fi oraz, w razie potrzeby, system nagłośnienia; sala powinna być klimatyzowana;
23. zapewnienia we własnym zakresie sprzętu koniecznego do przeprowadzenia szkolenia, w szczególności komputera wraz z niezbędnym oprogramowaniem;
24. zapewnienia, aby toalety znajdowały się w bliskiej odległości od sali szkoleniowej;
25. uzgodnienia z Zamawiającym wybranej sali szkoleniowej przed organizacją szkolenia;
26. oznakowania sali szkoleniowej zgodnie z tematyką szkolenia oraz zamieszczenia w budynku informacji umożliwiających dotarcie do sali; sposób oznakowania wymaga akceptacji Zamawiającego;
27. zapewnienia cateringu podczas każdego szkolenia, obejmującego:

a) dwie przerwy kawowe każdego dnia szkolenia, obejmujące co najmniej kawę, herbatę, wodę oraz drobne przekąski;
b) jedną przerwę obiadową każdego dnia szkolenia, obejmującą co najmniej zupę, danie główne, surówkę, deser oraz napoje zimne i ciepłe;
c) realizację cateringu w tym samym budynku, w którym odbywa się szkolenie;
d) zapewnienie posiłków dostosowanych do zgłoszonych potrzeb żywieniowych uczestników, w tym diet specjalnych;

28. przedstawienia Zamawiającemu propozycji menu do akceptacji nie później niż 5 dni roboczych przed terminem szkolenia;
29. zapewnienia, aby dostarczane produkty były świeże, przygotowane w dniu podania, odpowiedniej jakości, wartości odżywczej, gramatury i estetyki serwowania;
30. zapewnienia, że standard cateringu będzie odpowiadał zwyczajowo przyjętym standardom dla całodniowych szkoleń i nie będzie miał charakteru usługi luksusowej;
31. zapewnienia realizacji przedmiotu zamówienia w taki sposób, aby udział w szkoleniu nie generował po stronie Zamawiającego żadnych dodatkowych kosztów poza wynagrodzeniem Wykonawcy; wynagrodzenie obejmuje wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia, w szczególności koszty trenerów, materiałów, sali, sprzętu, cateringu, certyfikatów, ankiet, walidacji, raportów i obsługi organizacyjnej.

VI. Termin realizacji

Zamówienie będzie realizowane od dnia zawarcia umowy do dnia 30.11.2027 r.

Zamawiający przewiduje realizację pięciu dwudniowych szkoleń w pięciu odrębnych terminach, rozłożonych w czasie, z uwzględnieniem harmonogramu projektu oraz bieżącej działalności Muzeum.

Szkolenia nie będą realizowane równolegle. W danym dniu może odbywać się maksymalnie jedno szkolenie w ramach niniejszego zamówienia.

Dokładne terminy poszczególnych szkoleń zostaną ustalone z Wykonawcą po zawarciu umowy. Zamawiający poinformuje Wykonawcę o planowanym terminie danego szkolenia z co najmniej 30-dniowym wyprzedzeniem, chyba że Strony uzgodnią krótszy termin z przyczyn organizacyjnych.

VII. Postanowienia końcowe

Wykonawca zobowiązany jest realizować przedmiot zamówienia z należytą starannością, zgodnie z niniejszym Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia, zapytaniem ofertowym, złożoną ofertą, umową oraz zasadami obowiązującymi przy realizacji projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej.

W przypadku rozbieżności pomiędzy niniejszym Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia a zapytaniem ofertowym lub umową zastosowanie mają postanowienia dokumentacji postępowania oraz umowy, z zastrzeżeniem, że zakres merytoryczny szkoleń określony w niniejszym załączniku stanowi minimalny zakres wymagany przez Zamawiającego.