


UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta	Urząd Miasta			
2. Tryb, w którym złożono ofertę	Art. 19a ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie			
3. Rodzaj zadania publicznego <sup>1)</sup>	Promocja zatrudnienia i aktywizacji zawodowej osób pozostających bez pracy i zagrożonych zwolnieniem z pracy;			
4. Tytuł zadania publicznego	Realizacja szkolenia - pn. „Wykorzystanie technik neuromarketingowych w sprzedaży bezpośredniej a także w procesie budowy relacji z partnerami biznesowymi.” - które spowoduje zwiększenie atrakcyjności poszukujących zatrudnienia na rynku pracy			
5. Termin realizacji zadania publicznego <sup>2)</sup>	Data rozpoczęcia	1 września 2016	Data zakończenia	30 września 2016

II. Dane oferenta(-tów)

1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer Krajowego Rejestru Sądowego lub innej ewidencji, adres siedziby oraz adres do korespondencji (jeżeli jest inny od adresu siedziby)	
Instytut Badań i Analiz działalności Jednostek Samorządu Terytorialnego 31-831 Kraków; ul. Fatimska 41 A 310-312; NIP 678 315 09 01; REGON 123124669; KRS 0000511390 Forma prawna: fundacja	
2. Inne dodatkowe dane kontaktowe, w tym dane osób upoważnionych do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. numer telefonu, adres poczty elektronicznej, numer faksu, adres strony internetowej)	Franciszek A. Małecki-Trzaskoś Prezes Zarządu Instytutu biuro@samorzadowosc.pl  epuap: /IBIADJST/domyslna

III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

1. Opis zadania publicznego proponowanego do realizacji wraz ze wskazaniem, w szczególności celu, miejsca jego realizacji, grup odbiorców zadania oraz przewidywanego do wykorzystania wkładu osobowego lub rzeczowego
<p>Zadanie publiczne polega na udziale w szkoleniu podczas którego uczestnicy pozyskają elementarną wiedzę z zakresu neuromarketingu.</p> <p><b>Neuromarketing zajmuje się badaniem i opisywaniem związków zachodzących między układem nerwowym a procesami poznawczymi.</b></p> <p>Wykorzystanie wiedzy z zakresu neuromarketingu pozwala na skuteczniejsze osiąganie zakładanych celów zawodowych.</p> <p><b>Zakres szkolenia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• W pierwszej części szkolenia uczestnicy dowiedzą się: jak wyglądała ewolucja mózgu, jak funkcjonuje mózg, w jakim stopniu mózg jest automatyczny i z czego to wynika, jak wygląda proces komunikacji i podejmowania decyzji a także doświadczania emocji.</li> <li>• W drugiej części szkolenia uczestnicy dowiedzą się: jak wyróżnić swoją ofertę na tle konkurencji w kontekście budowania marki i procesów pozyskiwania funduszy, jak wygląda proces uczenia się mózgu, jak tworzyć narzędzia promocyjne oraz całe spectrum narzędzi wspomagających komunikację społeczną.</li> </ul>

<sup>1)</sup> 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.

<sup>2)</sup> Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.



- W trzeciej części szkolenia uczestnicy dowiedzą się o uproszczeniach dokonywanych przez mózg i jak to wykorzystać a także nauczą się wykorzystywania faktu istnienia neuronów lustrzanych do zwiększania skuteczności działań promocyjnych wspomagających proces sprzedażowy a także dowiedzą się jak budować silny emocjonalny związek społeczeństwa z ich marką.
- W ostatniej, czwartej, części szkolenia biorący w nim udział zrozumieją jak faktycznie działa intuicja a także poznają efekty pracy urządzeń EEG i fMRI w badaniach neuromarketingowych. W tej też części uczestnicy dowiedzą się jak tworzyć skuteczne komunikaty (filmy, materiały akcydensowe oraz strony internetowe, maile, sms, mms).

**Bezsprzecznie jest to, że oferta dotyczy szkolenia z tematyki innowacyjnej i nie ma na rynku szkoleń oferty choćby zbliżonej do bieżącej.**

Szkolenie poprowadzi Franciszek A. Małecki-Trzaskoś. Jest to człowiek posiadający 10 letnie doświadczenie trenerskie. Od 2004 roku silnie zaangażowany w działalność III sektora. Inicjował kampanie społeczne, między innymi poruszające tematykę dzieci ulicy, 1%, bezpiecznych zachowań uczestników ruchu drogowego, bezpieczeństwa dzieci w internecie, przeciwdziałania paleniu tytoniu w środkach transportu publicznego. Od 2006 roku zajmuje się doradztwem w zakresie zarządzania wizerunkiem marek, osób i idei. Współpracuje z ludźmi biznesu, polityki, artystami oraz liderzy organizacji pozarządowych.

W sfinansowanym w następstwie pozytywnego rozpatrzenia niniejszej Oferty - szkoleniu grupowym weźmie udział grupa pięciu bezrobotnych wymagających wsparcia dla których praca w sprzedaży bezpośredniej jest szansą na wznowienie aktywności zawodowej a także osoby rozpoczynające działalność gospodarczą przy wsparciu środków publicznych.

Szkolenia odbędą się w następujących miejscowościach: Rzeszów 5.09.2016, Kraków 6.09.2016, Katowice 7.09.2016, Opole 8.09.2016, Wrocław 9.09.2016, Zielona Góra 12.09.2016, Szczecin 13.09.2016, Koszalin 14.09.2016, Gdynia 15.09.2016, Poznań 19.09.2016, Toruń 20.09.2016, Olsztyn 21.09.2016, Warszawa 22.09.2016, Białystok 23.09.2016, Lublin 26.09.2016, Radom 27. 09.2016, Kielce 28. 09.2016., Łódź 30.09.2016.

Uczestnicy na wybrane miejsce szkolenia dojeżdżają we własnym zakresie. Jednodniowe szkolenie rozpoczyna się o godzinie 8:30 i zakończy o godzinie 17:30.

## **2. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego**

W ujęciu krótkoterminowym udział w szkoleniu wyposaży jego uczestników w elementarną wiedzę z zakresu neuromarketingu.

Wykorzystanie wiedzy z zakresu neuromarketingu pozwala na skuteczniejsze osiągnięcie zakładanych celów sprzedażowych.

Dzięki nabytej przez uczestników wiedzy, zracjonalizują oni koszty (finansowe i pozafinansowe) ponoszone na autopromocję a także zwiększą ich skuteczność.

Należy też wspomnieć o obudzeniu w uczestnikach „głodu wiedzy” z dziedziny nauki, która jest najbardziej innowacyjnym narzędziem w rękach osób zajmujących się sprzedażą i promocją.

**IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego** (w przypadku większej liczby kosztów istnieje możliwość dodania kolejnych wierszy)

Lp.	Rodzaj kosztu	Koszt całkowity (zł)	Do poniesienia z wnioskowanej dotacji <sup>3</sup> (zł)	do poniesienia ze środków finansowych własnych, środków pochodzących z innych źródeł, wkładu osobowego lub rzeczowego <sup>4</sup> (zł)
1	Realizacja szkolenia dla 5 osób	1957 zł	1957 zł	Nie dotyczy
2				
3				
4				
5				
6				
<b>Koszty ogółem:</b>		1957 zł	1957 zł	Nie dotyczy

Oświadczam(y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy ~~pobieranie~~\*/niepobieranie\* świadczeń pieniężnych od adresatów zadania;
- 3) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 4) oferent\*/oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(ją)\*/zalega(ją)\* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 5) oferent\*/oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(ją)\*/zalega(ją)\* z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne.

Franciszek A. Małecki-Trzaskoś

Prezes Zarządu  
Instytut Badań i Analiz działalności  
Jednostek Samorządu Terytorialnego

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

Data 1 sierpnia 2016

**Załącznik:**

W przypadku gdy oferent nie jest zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym – potwierdzona za zgodność z oryginałem kopia aktualnego wyciągu z innego rejestru lub ewidencji.

<sup>3</sup> Wartość kosztów ogółem do poniesienia z dotacji nie może przekroczyć 10 000 zł.

<sup>4</sup> W przypadku wsparcia realizacji zadania publicznego.