

**E-gospodarka przestrzenna**  
**Kurs: Zarządzanie projektami**  
**Projekt do Budżetu Obywatelskiego 2017**



**Anna Dziemianko, Iza Michałek, Kamil Rosiński,**  
**Sylwia Woldan, Marcelina Stanek, Karolina Wieczerek, Dominik Zwiech**

**Rok akademicki 2016/2017**

## Spis treści

I. Podział pracy .....	2
Zespół projektowy: .....	2
Podział prac .....	2
II. Mapa myśli .....	4
III. Drzewo problemów/szans.....	5
Drzewo problemów.....	5
Drzewo szans.....	6
IV. SWOT .....	7
V. Matryca logiczna.....	8
VI. WBS .....	10
VII. Wykres Gantta .....	12
VIII. Budżet projektu.....	13
IX. Wniosek do budżetu obywatelskiego .....	13
X. Plan promocji projektu .....	16

## **I. Podział pracy**

### **ZESPÓŁ PROJEKTOWY:**

- 👉 Lider projektu (project manager): Anna Dziemianko
- 👉 Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna, elementy promocji: Iza Michałek
- 👉 Budżetowanie i kalkulacje: Karolina Wieczerzak
- 👉 Zespół ds. merytorycznych i analiz: Kamil Rosiński
- 👉 Wsparcie informatyczne, techniczne, projektowanie: Sylwia Woldan
- 👉 Opracowanie graficzne, elementy promocji: Marcelina Stanek
- 👉 Monitoring i ewaluacja: Dominik Zwiech

### **PODZIAŁ PRAC:**

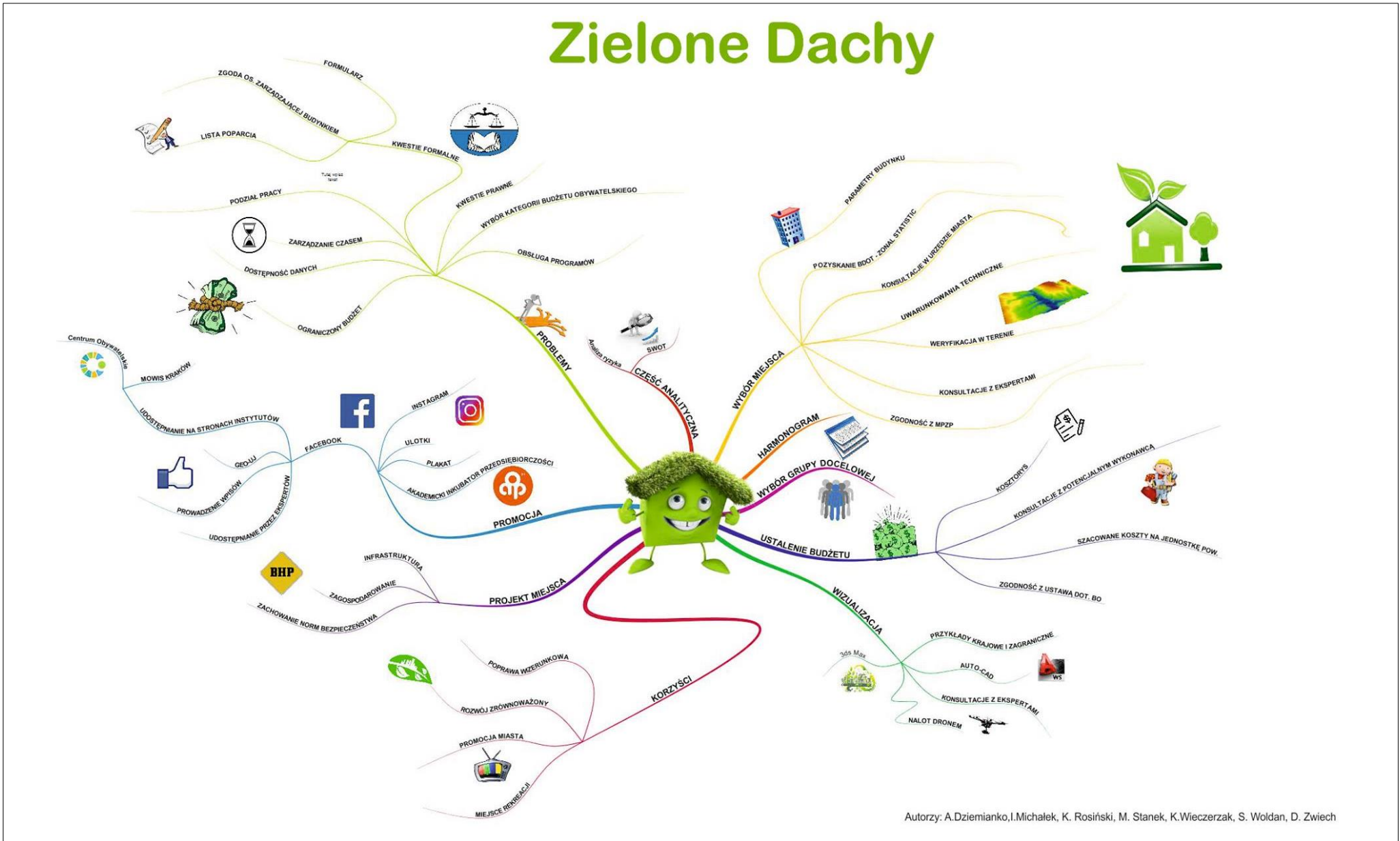
#### **ZADANIE:**

#### **OSOBA ODPOWIEDZIALNA:**

- 👉 Harmonogram prac – Anna Dziemianko
- 👉 Mapa myśli – Marcelina Stanek
- 👉 Pozyskanie informacji o parametrach technicznych – Kamil Rosiński
- 👉 Ustalenie kosztów na jednostkę powierzchni – Sylwia Woldan, Dominik Zwiech
- 👉 Pozyskanie BDOT – Dominik Zwiech
- 👉 Weryfikacja miejsca w terenie – Dominik Zwiech
- 👉 Ostateczny wybór lokalizacji – Dominik Zwiech
- 👉 Zapoznanie się z obsługą programu komputerowego 3dsMAX – Kamil Rosiński, Sylwia Woldan
- 👉 Drzewo celów, drzewo szans – Anna Dziemianko
- 👉 Analiza SWOT – Iza Michałek
- 👉 Matryca logiczna – Marcelina Stanek
- 👉 Wykres Gantta – Anna Dziemianko
- 👉 Kosztorys projektu – Sylwia Woldan, Dominik Zwiech
- 👉 Przygotowanie wniosku projektowego – Anna Dziemianko
- 👉 Przygotowanie kwestionariusza ankiety – Karolina Wieczerzak
- 👉 Wykonanie wstępnej wizualizacji w programie komputerowym 3dsMAX – Kamil Rosiński, Sylwia Woldan
- 👉 Opracowanie planu promocji – Marcelina Stanek

- 👉 Projekt plakatów promocyjnych – Karolina Wieczerzak
- 👉 Konsultacje z opiekunem grupy – Anna Dziemianko
- 👉 Umówienie spotkań z Urzędem Miasta i Zarządem Zieleni – Iza Michałek
- 👉 Ostateczna wizualizacja w programie komputerowym 3dsMAX – Kamil Rosiński
- 👉 Konsultacje w UM Krakowa – Iza Michałek
- 👉 Przeprowadzenie wywiadu z Zarządem Zieleni – Iza Michałek
- 👉 Przeprowadzenie ankiety z mieszkańcami, studentami – Karolina Wieczerzak
- 👉 Przygotowanie wstępnej wersji projektu – Sylwia Woldan, Anna Dziemianko
- 👉 Oddanie wstępnej wersji projektu – Anna Dziemianko
- 👉 Nagranie filmiku promującego Zielony dach – Marcelina Stanek, Iza Michałek
- 👉 Marketing szeptany – Iza Michałek
- 👉 Wydruk materiałów promocyjnych – Karolina Wieczerzak
- 👉 Marketing internetowy – Marcelina Stanek
- 👉 Montaż filmiku promującego – Sylwia Woldan
- 👉 Dystrybucja plakatów – Marcelina Stanek, Anna Dziemianko
- 👉 Wprowadzenie poprawek do projektu – Anna Dziemianko
- 👉 Prezentacja projektu – Anna Dziemianko, Sylwia Woldan, Kamil Rosiński

## II. Mapa myśli

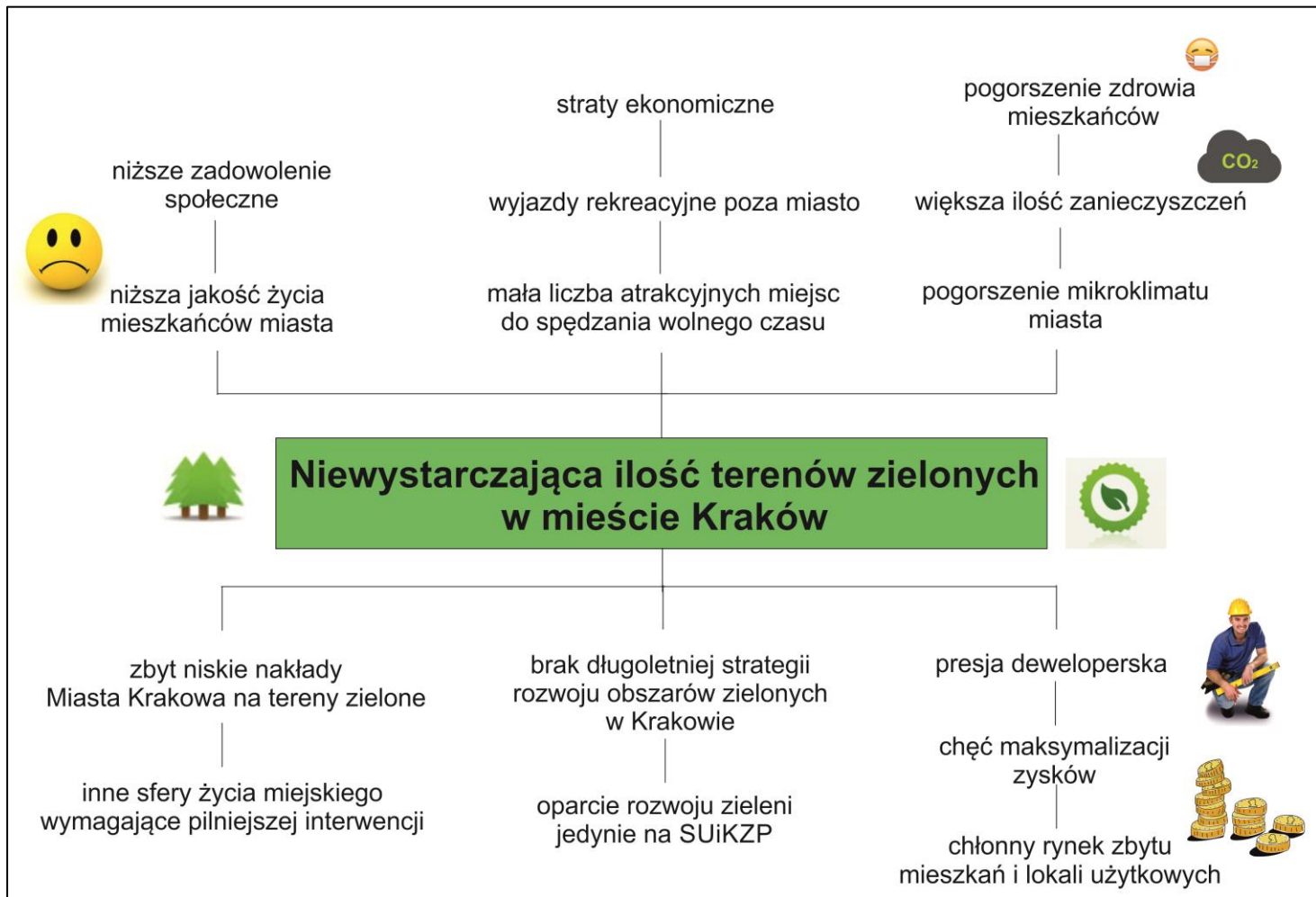


Ryc. 1 Mapa myśli

Źródło: Opracowanie własne na podstawie programu Mind Map

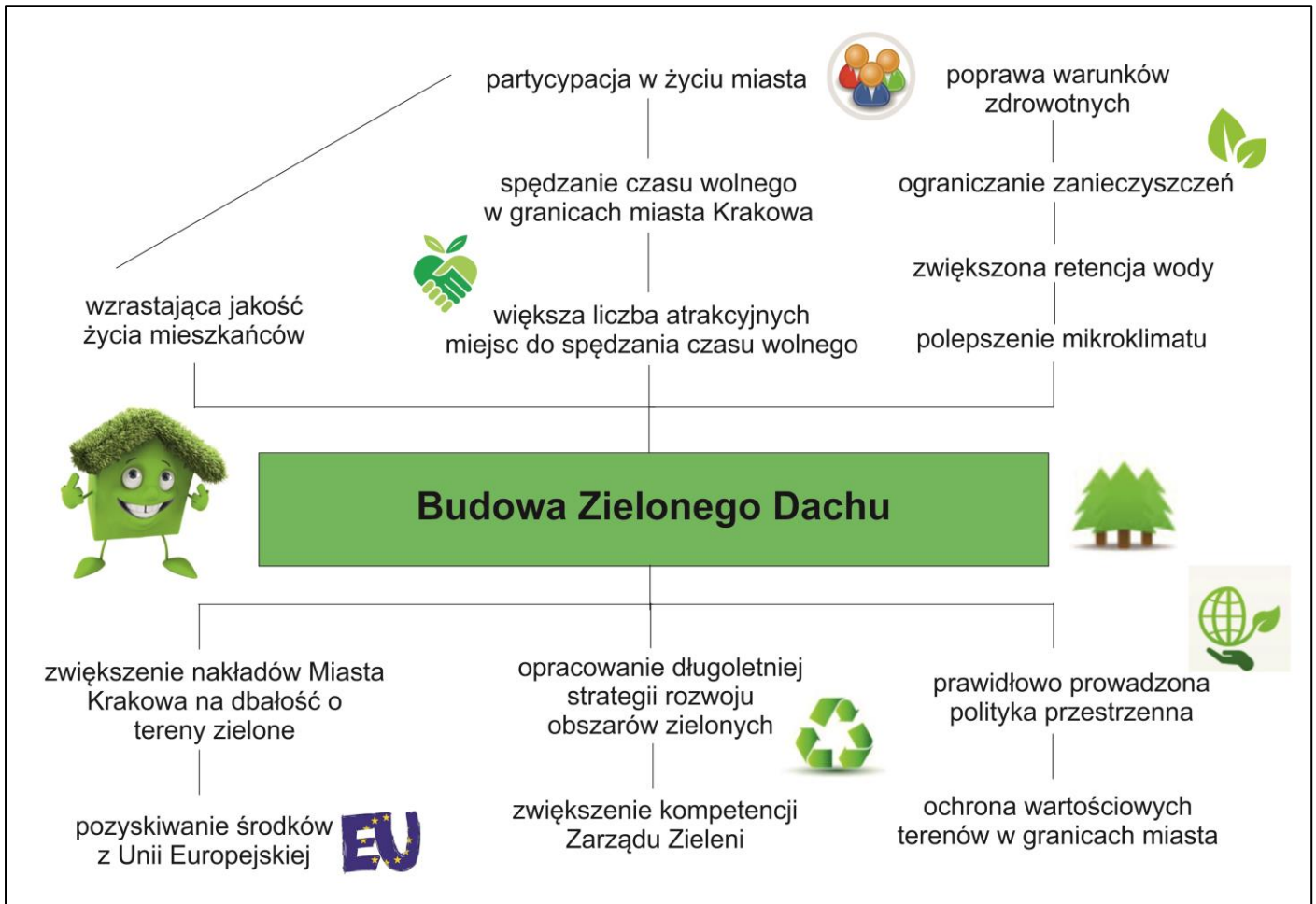
### III. Drzewo problemów/szans

#### Drzewo problemów



Ryc. 2 Drzewo problemów Zielony dachy

Źródło: Opracowanie własne



Ryc. 3 Drzewo szans Zielone dachy

Źródło: Opracowanie własne

## IV. SWOT

Tab.1 Analiza SWOT – Zielony dach

Charakter oddziaływania czynnika	
Pozytywny	Negatywny
<p style="text-align: center;"><b>MOCNE STRONY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sumienny i pracowity zespół projektowy</li> <li>● Wszechstronne umiejętności członków zespołu</li> <li>● Innowacyjność pomysłu</li> <li>● Atrakcyjność przedsięwzięcia</li> <li>● Chęć poszerzania wiedzy i samodoskonalenia się</li> <li>● Zapal i energia do realizacji projektu</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>SŁABE STRONY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Brak doświadczenia w realizacji projektu BO</li> <li>● Brak własnego wkładu finansowego na realizację projektu</li> <li>● Brak znajomości programu komputerowego 3ds Max</li> <li>● Niedoszacowanie określenie kosztów</li> <li>● Brak znajomości kwestii formalno-prawnych</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>SZANSE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pozyskanie środków zewnętrznych</li> <li>● Ogólnodostępność projektu</li> <li>● Możliwość współpracy z miastem</li> <li>● Rozwój idei zrównoważone miasta</li> <li>● Zwiększenie terenów zielonych w przestrzeni miasta</li> <li>● Niedostatek miejsc w mieście do spędzania wolnego czasu i rekreacji</li> <li>● Złe zagospodarowanie terenów zielonych w pobliżu miejsca inwestycji</li> <li>● Wzrost świadomości ekologicznej</li> <li>● Popularyzacja idei projektu <i>Zielone Dachy</i> na większą skalę w mieście</li> <li>● Zapotrzebowanie na tereny zielone w mieście</li> <li>● Deficyt zagospodarowanych terenów zielonych w pobliżu wybranego miejsca inwestycji</li> <li>● Niewielka ilość podobnych inwestycji w mieście</li> <li>● Odtworzenie terenów zielonych utraconych na rzecz zurbanizowanej przestrzeni</li> <li>● Wzrost estetyki budynku</li> <li>● Podniesienie jakości życia w mieście przez wprowadzenie terenów zielonych</li> <li>● Dodatkowa przestrzeń do wypoczynku i rekreacji</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ZAGROŻENIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Wysoki koszt inwestycji</li> <li>● Brak pozyskania funduszy BO na realizację projektu</li> <li>● Brak powodzenia kampanii promocyjnej</li> <li>● Brak poparcia społeczeństwa</li> <li>● Nieodpowiednie parametry budynku</li> <li>● Sprzeciw niektórych grup społecznych do realizacji projektu</li> <li>● Brak wystarczającej ilości czasu zespołu projektowego do realizacji projektu</li> <li>● Wysokie koszty dostosowania budynku pod potrzeby zielonego dachu</li> <li>● Konkurencyjność pobliskich terenów zielonych</li> <li>● Niechęć mieszkańców do korzystania z terenów zielonych na wysokości</li> </ul>



- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>● Poprawa percepcji miasta pod względem gospodarowania zielenią</li><li>● Edukacja w zakresie ekologicznym</li><li>● Wzrost estetyki budynków</li><li>● Podniesienie jakości życia w mieście przez wprowadzenie terenów zielonych</li><li>● Korzystny wpływ na stan środowiska (zmniejszenie zjawiska miejskiej wyspy ciepła, pochłanianie CO<sub>2</sub>, produkcja tlenu, redukcja ilości pyłów i zanieczyszczeń obecnych w powietrzu)</li><li>● Poprawa stanu budynku (termoizolacja akustyczna, ochrona trwałości dachu, ochrona przed warunkami atmosferycznymi, właściwości termoizolacyjne)</li></ul> |  |
|--|--|

*Zródło:* Opracowanie własne

## V. Matryca logiczna

„Zielony dach” to innowacyjne rozwiązanie wprowadzania zieleni, w przepelnioną zabudową, strukturę miasta. Założeniem projektu jest budowa przestrzeni pełniącej funkcję edukacyjną, rekreacyjną oraz wypoczynkową na dachu budynku użyteczności publicznej zlokalizowanym na Osiedlu Uroczym 6 w Krakowie.

Problemem jest niedostateczna liczba terenów zielonych w przestrzeni miasta odpowiadających na potrzeby mieszkańców Kraków.

Celem projektu jest wykreowanie pozytywnego wizerunku inicjatywy „Zielony dach” jako miejsca do rekreacji i wypoczynku oraz budowa marki miasta Krakowa, które jest przyjazne mieszkańcom i dba o jakość środowiska.

Tab. 2 Matryca logiczna inicjatywy Zielony dach

	Opis projektu	Wskaźniki	Źródła weryfikacji	Założenia (czynnik krytyczny)
<b>Cel ogólny</b>	Wzrost zagospodarowanych terenów zielonych w mieście Krakowa	Powierzchnia terenów zielonych w Krakowie [km <sup>2</sup> ]	Urząd statystyczny Urząd Miejski	Innowacyjne podejście do terenów zielonych w mieście
<b>Cele szczegółowe</b>	Poprawa jakości środowiska, Postrzeganie Krakowa jako miasta przyjaznego środowisku Edukacja mieszkańców w zakresie ekologicznym Odtworzenie terenów zielonych utraconych na rzecz zurbanizowanej przestrzeni	Pomiar stężenia zanieczyszczeń w powietrzu (pył zawieszony, PM10, CO <sub>2</sub> , SO <sub>2</sub> , NO <sub>2</sub> , O <sub>3</sub> ) [µg/m <sup>3</sup> ]  Powierzchnia dachu przeznaczona pod roślinność [m <sup>2</sup> ]  Pochłanianie przez 1 m <sup>2</sup> powierzchni traw na dachu pyłów z powietrza [kg]  Redukcja masy pyłu przez 1m <sup>2</sup> zielonego dachu  Liczba karmników [szt.]  Liczba krzewów, bylin i kwiatów ozdobnych [szt.]  Liczba budynków poddana pod	System monitoringu jakości powietrza - Małopolska  Program Ochrony Środowiska dla województwa małopolskiego  Urząd Miasta	Wpływ i oddziaływanie na różnorodne sfery (środowisko, edukacja, przestrzeń miejska, życie społeczne)

		inwestycję [szt.] Badania ankietowe dotyczące opinii mieszkańców na temat inwestycji		
<b>Rezultaty</b>	<p>Popularyzacja projektu na większą skalę w mieście (wzrost liczby tego typu rozwiązań)</p> <p>Korzystny wpływ na stan środowiska (zmniejszenie zjawiska miejskiej wyspy ciepła, pochłanianie CO<sub>2</sub>, produkcja tlenu, redukcja ilości pyłów i zanieczyszczeń obecnych w powietrzu)</p> <p>Poprawa stanu budynku (termoizolacja akustyczna, ochrona trwałości dachu, ochrona przed warunkami atmosferycznymi, właściwości termoizolacyjne)</p>	Liczba zastosowania rozwiązania (zielony dach) w nowopowstałych budynkach [szt.]	Urząd Miasta	Atrakcyjność projektu i zastosowanych rozwiązań dla nowopowstałych budynków
<b>Działania</b>	<p>Utworzenie warstw konstrukcji pod zieleń ekstensywną</p> <p>Urządzenie przestrzeni zielonej (nasadzenia niskiej roślinności, budowa ogrodów wertykalnych)</p> <p>Wprowadzenie tablic edukacyjnych, karmników dla ptaków</p> <p>Wprowadzenie ścieżki sensorycznej</p> <p>Wprowadzenie strefy rekreacji i wypoczynku</p>	<p>Przystosowanie budynku pod inwestycję</p> <p>Zagospodarowanie przestrzeni dachu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- roślinność,</li> <li>- ilość elementów infrastruktury technicznej (barierki zabezpieczające, ekrany wertykalne, warstwy konstrukcji) [szt.]</li> <li>- ilość obiektów małej architektury (ławki, kosze na śmieci, leżaki) [szt.]</li> </ul>	<p>Firmy budowlane - specjalizujące się w zagadnieniu zielonych dachów</p> <p>Architekci krajobrazu</p>	Realizacja inwestycji poprzez otrzymanie funduszy z budżetu obywatelskiego na realizację projektu Zielone Dachy

Źródło: Opracowanie własne

## VI. WBS

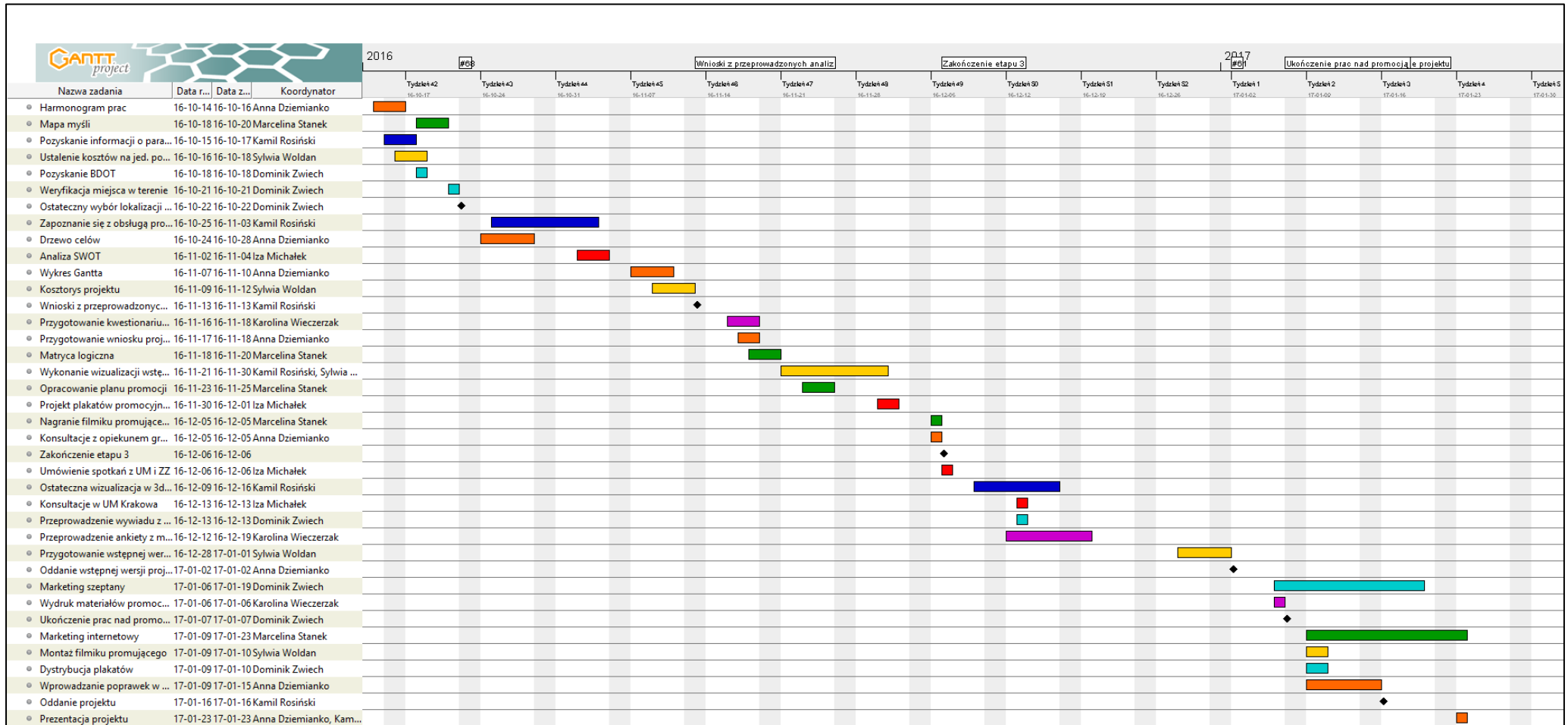
Tab. 3 WBS – Zielony dachy/ Podniebne ogrody

<b>A. Podział i organizacja pracy w grupie</b>	<b>B. Gromadzenie informacji</b>	<b>C. Projekt rozwiązania</b>	<b>D. Realizacja pozostałych zadań</b>	<b>E. Marketing i promocja</b>	<b>F. Zdobywanie podpisów pod wnioski</b>	<b>G. Złożenie wniosku do budżetu obywatelskiego Miasta Krakowa</b>
<b>A1.</b> Przypisanie realizacji poszczególnych zadań do osób	<b>B1.</b> Pogłębianie wiedzy i zdobywanie informacji odnośnie zielonych dachów	<b>C1.</b> Wybór miejsca w oparciu o kryterium prawne i techniczne	<b>D1.</b> Uzupelnienie dokumentacji projektowej	<b>E1.</b> Marketing oparty o tradycyjne formy przekazu	<b>F1.</b> Sporządzenie listy umożliwiającej zbieranie podpisów	<b>G1.</b> Konsultacje ze specjalistami mające na celu wniesienie ostatecznych poprawek
<b>A2.</b> Stworzenie harmonogramu pracy	<b>B1 a.</b> Zapoznanie się z literaturą tematyczną	<b>C2.</b> Wstępny Projekt funkcjonalny i graficzny	<b>D1 a.</b> Wycenienie Kosztorysu projektu	<b>E1 a.</b> Projekt plakatu	<b>F2.</b> Zbieranie głosów po zakończeniu kampanii marketingowej przeprowadzonej w części E	<b>G2.</b> Wznowienie kampanii marketingowej przeprowadzonej w części E oraz jej modyfikacja celem dostosowania do większego grona odbiorców
<b>A3.</b> Nadzór lidera nad realizacją poszczególnych zadań (punkt obowiązuje przez cały okres realizacji projektu)	<b>B1 b.</b> Przegląd podobnych rozwiązań	<b>C2 a.</b> Wstępny opis zakładanej funkcjonalności	<b>D1 b.</b> Sporządzenie Matrycy Logicznej	<b>E1 b.</b> Wydruk i umieszczenie plakatów na terenie UJ		<b>G3.</b> Konsultacje z pracownikami odpowiedzialnymi za budżet obywatelski celem weryfikacji poprawności sporządzonej dokumentacji.
	<b>B2.</b> Zapoznanie się z wymogami formalno-prawnymi związanymi z budżetem obywatelskim miasta Krakowa	<b>C2 b.</b> Wstępny szkic graficzny oraz rozmieszczenie elementów na przestrzeni dachu	<b>D1 c.</b> Utworzenie WBS	<b>E2.</b> Marketing oparty o cyfrowe formy przekazu		<b>G4.</b> Złożenie wniosku

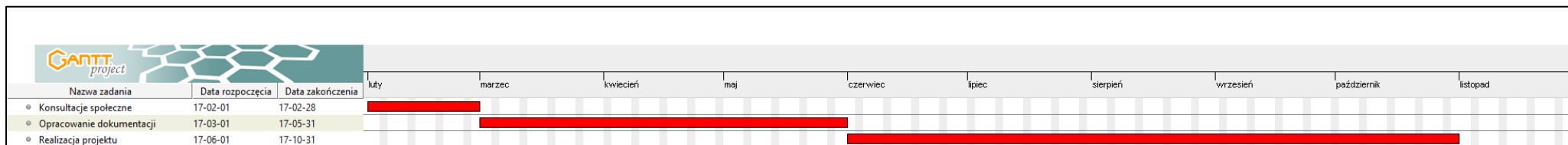
	<b>B2 a.</b> Przegląd dotychczas zgłoszonych wniosków i projektów zrealizowanych w oparciu o budżet	<b>C3.</b> Zebranie zespołowe – zatwierdzenie i korekta ustaleń z punktów C2.1 i C2.2	<b>D1 d.</b> Wypełnienie wniosku do Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa	<b>E2 a.</b> Projekt i założenie fanpage na Facebook'u		
	<b>B2 b.</b> Zapoznanie się z dokumentacją dostępną na stronie budżetu obywatelskiego	<b>C4.</b> Finalny Projekt funkcjonalny i graficzny	<b>D2.</b> Uczestnictwo w wydarzeniach z udziałem władz miasta w celu poszerzenia wiedzy i kompetencji zespołu projektowego	<b>E2 b.</b> Bieżące prowadzenie fanpage oraz redakcja zamieszczanych treści		
		<b>C4 a.</b> Finalny opis zakładanej funkcjonalności	<b>D2 a.</b> Uczestnictwo w Climathonie 28.10.2016			
		<b>C4 b.</b> Finalny szkic graficzny oraz rozmieszczenie elementów na przestrzeni dachu	<b>D2 b.</b> Spotkanie z Piotrem Kempfem Dyrektorem ZZM – 10.11.2016			

*Źródło:* Opracowanie własne

## VII. Wykres Gantta



Ryc. 4 Wykres Gantta dla inicjatywy Zielony dach z podziałem zadań na konkretne osoby  
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie programu GanttProject wersja 7.1.2



Ryc. 4b Wykres Gantta dla inicjatywy Zielony dach (okres realizacji, prace całego zespołu)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie programu GanttProject wersja 7.1.2



# GREEN TEAM

Od lewej: Sylwia Woldan, Marcelina Stanek, Iza Michałek, Dominik Zwiech, Karolina Wieczerek, Anna Dziemianko oraz Kamil Rosiński (wszyscy e-geo)





## VIII. Budżet projektu

W drodze prac projektowych założono, że całkowita suma projektu wyniesie **155 530 zł**.

Tab. 4 Wyszczególnienie wydatków związanych z realizacją projektu

Nazwa składowej	Koszt	Źródło danych
Materiały do dodatkowego wzmocnienia istniejącego stropu	20 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 5000 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Hydroizolacja przeciwkorzenna	10 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 2500 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Warstwy ochronno-drenażowe	30 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 7500 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Warstwy substratowe	20 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 5000 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Schody wejściowe i ewakuacyjne	5000 zł x 2 = 10 000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Ścieżka spacerowa	200 zł/m <sup>2</sup> = ok 2000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Dostosowanie schodów do potrzeb osób niepełnosprawnych (podnośnik platformowy – wys. ok. 3 m)	39 000 zł - opcja dodatkowa	<a href="http://www.schodolazy.pl/">www.schodolazy.pl/</a>
Barierki ochronne	300 zł/mb x ok 120 m = 36 000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Montaż ściany z zielenią wertykalną	5000 zł x 5 = 25 000 zł	Koszt oszacowany poprzez uwzględnienie składowych ogrodu opracowany na podstawie: <a href="http://www.ogrodwertykalny.pl/">www.ogrodwertykalny.pl/</a> <a href="http://www.zielonesciany.pl/">www.zielonesciany.pl/</a> <a href="http://www.ogrodosfera.pl/blog/budowa-ogrodu-wertykalnego/">www.ogrodosfera.pl/blog/budowa-ogrodu-wertykalnego/</a>
Trawnik z rolki	30 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 7500 zł	<a href="http://www.zielonyogrodek.pl">www.zielonyogrodek.pl</a>
Szpalery krzewów ozdobnych	8000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Ławki z oparciem (łącznie z montażem)	450 zł/szt. x 3 szt. = 1350 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Trzykomorowy kosz na śmieci	200 zł/szt. x 3 szt. = 600 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Koszt promocji	500 zł	<a href="http://www.twojareklama.pl/">www.twojareklama.pl/</a>
Ogród sensoryczny z gatunkami o różnych właściwościach (np. zapach, tekstura)	3000 zł	Koszt oszacowany poprzez uwzględnienie składowych ogrodu opracowany na podst. m.in.: <a href="http://www.architekt-ogrodu.pl/">www.architekt-ogrodu.pl/</a> <a href="http://www.gardenspot.pl/">www.gardenspot.pl/</a> <a href="http://www.ogrodosfera.pl/">www.ogrodosfera.pl/</a> <a href="http://www.zielonyogrodek.pl/">www.zielonyogrodek.pl/</a>
Leżak	500 zł/szt. x 5 szt. = 2500 zł	<a href="http://www.castorama.pl/">www.castorama.pl/</a>
Karmniki dla ptaków	40 zł/szt. x 2 szt. = 80 zł	<a href="http://www.zooplus.pl/">www.zooplus.pl/</a> <a href="http://www.sadowniczy.pl/">www.sadowniczy.pl/</a>
<b>KOSZT całkowity:</b>	<b>155 530 zł</b>	

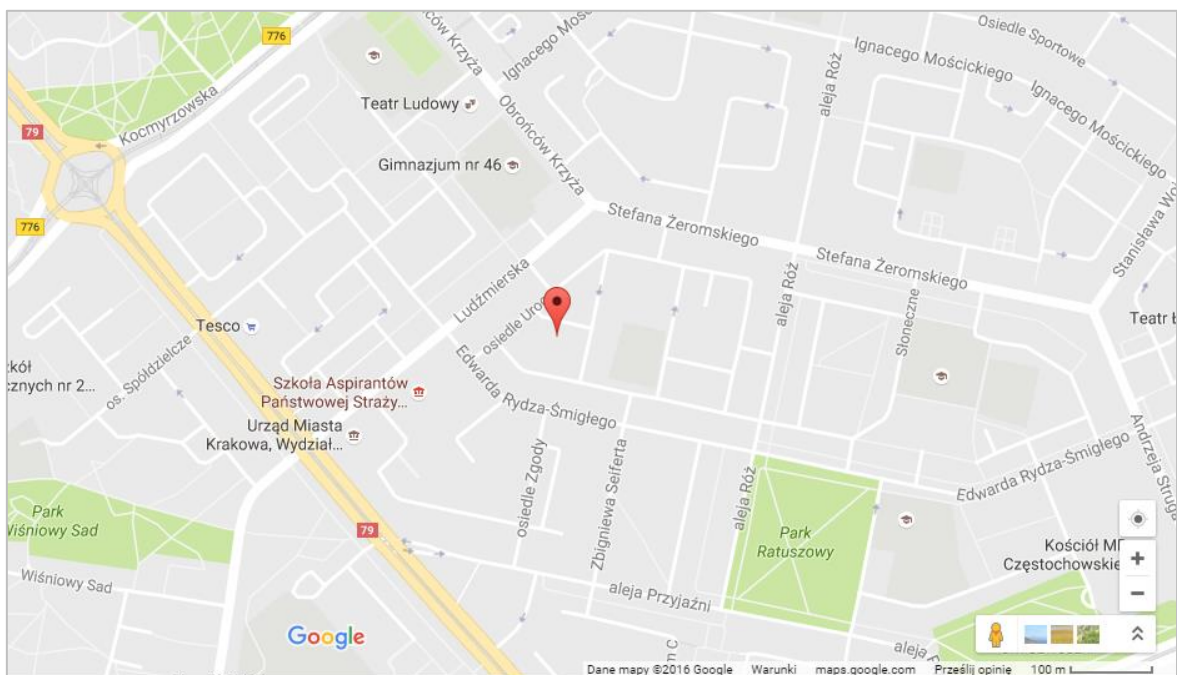
## IX. Wniosek do budżetu obywatelskiego

### WNIOSEK DO BUDŻETU OBYWATELSKIEGO MIASTA KRAKOWA

1. Charakter zgłaszanej propozycji działania: **ogólnomiejski**
2. Tytuł propozycji działania: **Zielony dach**
3. Kategoria: **zieleń i ochrona środowiska**
4. Krótki opis propozycji zadania:

Projekt zakłada stworzenie ogólnodostępnej przestrzeni zielonej na dachu budynku Przedszkola Niepublicznego „Bajka” znajdującego się na Osiedlu Uroczym 6 o powierzchni ok. 250 m<sup>2</sup>.

5. Miejsce realizacji propozycji zadania:



6. Szczegółowy opis propozycji zadania:

Projekt ma na celu utworzenie ogólnodostępnej przestrzeni zielonej na dachu budynku znajdującego się na Osiedlu Uroczym 6. Poprzez zastosowanie unikatowych rozwiązań technicznych przepelniona zabudową struktura miasta ma szansę uzyskać

zupełnie nowy wygląd. Nowo powstała przestrzeń będzie pełniła szereg różnorodnych funkcji: od rekreacyjnej, poprzez wypoczynkową aż po funkcję edukacyjną. Zaletą pomysłu jest jego innowacyjny charakter, jak również dostępność rozwiązania dla wszystkich mieszkańców miasta. Realizacja tego typu działań ma realne szanse przyczynić się do przełamania negatywnego wizerunku Krakowa jako miasta o największym zanieczyszczeniu powietrza w Europie, które bezskutecznie walczy ze zjawiskiem smogu.

#### 7. Uzasadnienie dla realizacji propozycji działania.

Realizacja tego projektu wpłynie pozytywnie na zwiększenie powierzchni zielonych w Krakowie dzięki wykorzystaniu niezagospodarowanej dotąd powierzchni dachu i zastosowaniu unikatowych w skali Polski rozwiązań. Powstała w ten sposób przestrzeń będzie dostosowana do potrzeb osób w każdym przedziale wiekowym. Umożliwi wypoczynek, rekreację oraz będzie pełnić ważną rolę edukacyjną dzięki zastosowaniu najnowszych rozwiązań technicznych.

## 8. Szacunkowe koszty propozycji realizacji zadania:

Tab. 5 Kosztorys realizacji projektu

Nazwa składowej	Koszt	Źródło danych
Materiały do dodatkowego wzmocnienia istniejącego stropu	20 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 5000 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Hydroizolacja przeciwkorzenna	10 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 2500 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Warstwy ochronno-drenażowe	30 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 7500 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Warstwy substratowe	20 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 5000 zł	<a href="http://www.inzynierbudownictwa.pl/">www.inzynierbudownictwa.pl/</a> <a href="http://www.ekspertbudowlany.pl/">www.ekspertbudowlany.pl/</a>
Schody wejściowe i ewakuacyjne	5000 zł x 2 = 10 000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Ścieżka spacerowa	200 zł/m <sup>2</sup> = ok 2000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Dostosowanie schodów do potrzeb osób niepełnosprawnych (podnośnik platformowy – wys. ok. 3 m)	39 000 zł - opcja dodatkowa	<a href="http://www.schodolazy.pl/">www.schodolazy.pl/</a>
Barierki ochronne	300 zł/mb x ok 120 m = 36 000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Montaż ściany z zielenią wertykalną	5000 zł x 5 = 25 000 zł	Koszt oszacowany poprzez uwzględnienie składowych ogrodu opracowany na podstawie: <a href="http://www.ogrodwertykalny.pl/">www.ogrodwertykalny.pl/</a> <a href="http://www.zielonesciany.pl/">www.zielonesciany.pl/</a> <a href="http://www.ogrodosfera.pl/blog/budowa-ogrodu-wertykalnego/">www.ogrodosfera.pl/blog/budowa-ogrodu-wertykalnego/</a>
Trawnik z rolki	30 zł/m <sup>2</sup> x 250 = 7500 zł	<a href="http://www.zielonyogrodek.pl">www.zielonyogrodek.pl</a>
Szpalery krzewów ozdobnych	8000 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Ławki z oparciem (łącznie z montażem)	450 zł/szt. x 3 szt. = 1350 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Trzykomorowy kosz na śmieci	200 zł/szt. x 3 szt. = 600 zł	<a href="http://www.krakow.pl/budzet/">www.krakow.pl/budzet/</a>
Koszt promocji	500 zł	<a href="http://www.twojareklama.pl/">www.twojareklama.pl/</a>
Ogród sensoryczny z gatunkami o różnych właściwościach (np. zapach, tekstura)	3000 zł	Koszt oszacowany poprzez uwzględnienie składowych ogrodu opracowany na podst. m.in.: <a href="http://www.architekt-ogrodu.pl/">www.architekt-ogrodu.pl/</a> <a href="http://www.gardenspot.pl/">www.gardenspot.pl/</a> <a href="http://www.ogrodosfera.pl/">www.ogrodosfera.pl/</a> <a href="http://www.zielonyogrodek.pl/">www.zielonyogrodek.pl/</a>
Leżak	500 zł/szt. x 5 szt. = 2500 zł	<a href="http://www.castorama.pl/">www.castorama.pl/</a>
Karmniki dla ptaków	40 zł/szt. x 2 szt. = 80 zł	<a href="http://www.zooplus.pl/">www.zooplus.pl/</a> <a href="http://www.sadowniczy.pl/">www.sadowniczy.pl/</a>
<b>KOSZT całkowity:</b>	<b>155 530 zł</b>	

9. Harmonogram działań związanych z realizacją propozycji zadania:

Tab. 6 Harmonogram

Nazwa Działania	Data
Konsultacje społeczne	Luty 2017r.
Opracowanie dokumentacji projektowej, uzyskanie niezbędnych opinii i uzgodnień	Marzec – Maj 2017r.
Realizacja projektu	Czerwiec - Październik 2017r.

Zródło: opracowanie własne

10. Dodatkowe załączniki do projektu.

11. Lista poparcia.

## X. Plan promocji projektu

### 1. Opis projektu

Zielony dach jest unikatowym rozwiązaniem wprowadzania zieleni w przepełnioną zabudową strukturę miasta. Projekt opiera się na budowie zielonej przestrzeni pełniącej funkcję rekreacyjną, wypoczynkową oraz edukacyjną na dachu budynku użyteczności publicznej zlokalizowanym na Osiedlu Uroczym 6 w Krakowie. Zaletą pomysłu jest jego innowacyjny charakter i nieszablonowe podejście do terenów zielonych dostępnych dla wszystkich mieszkańców miasta. Przyczyni się on do poprawy estetyki budynku oraz wzrostu przestrzeni zielonej w mieście przeznaczonej pod użytek mieszkańców.

### 2. Cele promocji

Celem promocji jest wykreowanie pozytywnego wizerunku inicjatywy „Zielony dach”, wśród mieszkańców Krakowa jako miejsca rekreacji i wypoczynku. Promocja wśród studentów ma na celu zdobycie jak największej grupy poparcia, w głosowaniu na najlepszy projekt w ramach kursu *Zarządzanie Projektami*. Zadaniem jest spełnienie oczekiwań i potrzeb mieszkańców w stworzeniu zielonego miejsca w przestrzeni miasta, gdzie będą mogli spędzać wolny czas.

### 3. Odbiorcy przekazu

W pierwszej fazie projektu grupę docelową promocji stanowić będą studenci oraz pracownicy Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w

Krakowie, a w późniejszej wszyscy mieszkańcy miasta Krakowa, którzy chcą aktywnie spędzać czas oraz wypoczywać w otoczeniu zieleni.

#### **4. Podstawa działań promocyjnych**

Podstawą projektu *“Zielony dach”* jest analiza SWOT, marketing szeptany, marketing internetowy, plakaty oraz ulotki promujące inicjatywę.

##### **Analiza SWOT**

Pozwala na określenie wewnętrznych cech projektu czyli mocnych oraz słabych stron. Dzięki niej uzyskamy przyszłe szanse i zagrożenia realizowanego projektu, oceniające jego powodzenie.

##### **Marketing internetowy**

Najważniejszym instrumentem tej promocji jest wykorzystanie Internetu - prowadzenie portali fanpage’y na portalach społecznościowych - Facebook oraz Instagram, umieszczanie na nich materiałów reklamowych. Promowanie inicjatywy na stronach internetowych związanych z instytucją IGiGP (profil Samorządu Studentów Wydziału Biologii i Nauk o Ziemi, E-gospodarka przestrzenna).

##### **Marketing szeptany**

Przekazanie informacji marketingowej za pośrednictwem bezpośredniego przekazu ustnego. Bazuje na utrzymywaniu dobrych relacji z otoczeniem oraz wywołaniu rozgłosu przez systematyczne komunikowanie się z innymi podmiotami.

##### **Materiały informacyjne**

W trakcie realizacji projektu przygotowane zostaną materiały informacyjne - ulotki, plakaty na temat projektu *“Zielony dach”*. Materiały te będą zawierać informacje o projekcie, celu jego realizacji oraz korzyściach płynących dla jego użytkowników.

Plakat stanowi działanie informacyjne dla opinii publicznej o roli jaką odgrywają Zielone dachy w przestrzeni miasta. Banery umieszczone będą na stałe, w trakcie trwania kampanii promocyjnej, w ogólnodostępnym miejscu na terenie budynku IGiGP UJ - tablice informacyjne przy wejściu do Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej oraz obok auli głównej Wydziału Biologii i Nauk o Ziemi.

W celu dotarcia do większej liczby odbiorców informacje zawarte na ulotkach i plakatach, umieszczone zostaną w wersji elektronicznej na Facebook’u oraz na Instagramie.

## 5. Wdrażanie planu promocji

Proponowane rozpoczęcie kampanii promocyjnej przewidywane jest od 06.12. 2016 r., a zakończenie 19.01. 2017 r. ze względu na potrzebę zdobycia jak największego poparcia ze strony grupy docelowej. Informacje przekazywane będą różnymi kanałami doprowadzi do większego zainteresowania projektem.

Tab.7 Spis działań marketingowych wraz z harmonogramem

Działanie	Elementy działania	Grupy docelowe	Czas trwania działań
Marketing internetowy	Prowadzenie: <ul style="list-style-type: none"><li>● fanpage'a na Facebooku</li><li>● profilu na Instagramie</li></ul>	Studenci i pracownicy IGiGP UJ korzystający z portali społecznościowych	09.01.2017 r. - 19.01.2017 r.
Marketing szeptany	<ul style="list-style-type: none"><li>● bezpośredni przekaz ustny</li></ul>	Studenci i pracownicy IGiGP UJ	06.12. 2016 r. - 19.01. 2017 r.
Materiały informacyjne	<ul style="list-style-type: none"><li>● plakaty</li><li>● ulotki</li></ul>	Studenci i pracownicy IGiGP UJ	09.01 - 19.01. 2017 r.

Źródło: Opracowanie własne

## 6. Monitoring działań w ramach planu promocji

Monitoringiem działań będą zajmowali się wszyscy członkowie zespołu projektowego – Zielony dach. Będą oni odpowiedzialni za bieżącą kontrolę projektu, koordynację prac oraz przygotowywanie raportów częściowych w zakresie promocji projektu. W razie wystąpienia konieczności wprowadzenia działań korygujących, zostaną one przeanalizowane przez zespół i w przypadku potrzeby wdrożone do projektu.

## 7. Budżet

Na przeprowadzenie kampanii promocyjnej w jego początkowej fazie i osiągnięcie celu krótkoterminowego przeznaczona jest kwota 100zł. Kwota ta obejmuje wydrukowanie dwóch plakatów oraz ulotek (200 sztuk).



# XI. Plakat promujący Zielony dach



# ZIELONY DACH

## CO?

Utworzenie ogólnodostępnej przestrzeni zielonej (120 m<sup>2</sup>) na dachu budynku Przedszkola Niepublicznego „Bajka”

## GDZIE?



## JAKIE KORZYŚCI?

### Ekologiczne

Redukcja zjawiska miejskiej wyspy ciepła  
Redukcja zawartych w powietrzu pyłów i zanieczyszczeń  
Zmniejszenie zjawiska smogu

### Społeczne

Aktywizacja lokalnej społeczności  
Kształtowanie pozytywnych postaw społeczności  
Poprawa percepcji miasta

### Przestrzenne

Odtworzenie terenów zielonych utraconych na rzecz zurbanizowanej przestrzeni  
Dodatkowa przestrzeń do wypoczynku i rekreacji

## JAKI WYGLĄD?

Projekt autorski



## GŁOSUJ NA ZIELONY DACH

od 16.01.2017 r. do 19.01.2017 r. (do godz. 14)

