

6.	<p>Prezentacja multimedialna na CD</p>	<p>Wydane zostaną płyty CD promujące region oraz poszczególne produkty turystyczne adresowane do: amatorów turystyki aktywnej, kulturowej, piegiżrynkowej, uzdrowskiej, wiejskiej, biznesowej oraz promujące turystykę dzieci i młodzieży. Powstanie także płyta ogólnie promująca region. Planujemy by powstało siedem rodzajów płyt, w 4 wersjach językowych, łączny nakład 100 000 egz.</p>	<p>Nowoczesna promocja oferty turystycznej członków poprzez prezentacje multimedialne na płytach CD.</p>	<p>Pozyskanie przez członków części nakładu</p>	<p>350,00</p>
7.	<p>Bank wizerunków</p>	<p>Stworzony zostanie bank wizerunków regionu. Zdjęcia zostaną pozyskane w drodze: - konkursów fotograficznych, - zakupu od artystów fotografików, - wykonania przez pracowników ROT (zakup profesjonalnego sprzętu). Przewidujemy, iż ilość fotografii znajdujących się w banku wizerunków wyniesie około 2000 sztuk.</p>	<p>Część fotografii będzie mogła być bezpłatnie wykorzystana do celów promocyjnych przez członków</p>	<p></p>	<p>70,00</p>
8.	<p>Public relation</p>	<p>W ramach kampanii planowane jest zorganizowanie 10 wizyt studyjnych tematycznych rocznie (po 5 wizyt w 2009 i 2010) dla dziennikarzy z prasy branżowej, jak również z prasy ogólnopolskiej. Planuje się również zaproszenie dziennikarzy zagranicznych (współpraca z POIT-ami).</p>	<p>Przy organizacji study – tour zostaną głównie uwzględnione atrakcje turystyczne zlokalizowane na obszarach powiatów, miast, gmin – członków ROTWS</p>	<p></p>	<p>54,00</p>
9.	<p>Reklama telewizyjna, prasowa</p>	<p>Reklama telewizyjna: Program o regionie świętokrzyskim nadawany w wybranej stacji; emisja: 2009, 2010 Spot reklamowy 30 sekundowy; emisja - 2009 oraz 2010, Reklama prasowa: a) wkładka do dziennika: turystyczna mapa regionu i poszczególnych atrakcji; kalendarz imprez kulturalnych i turystycznych, oferty członków, informacje praktyczne. Zasięg dodatku: 16 województw, emisja: wiosna 2009 i 2010 rok. b) artykuły sponsorowane; w mediach ogólnopolskich (dodatek turystyka),</p>	<p>Polepszenie wizerunku całego regionu, informacja o największych atrakcjach w reklamie telewizyjnej</p>	<p>Informacja o atrakcjach turystycznych oraz ofercie każdego z członków znajduje się w reklamie prasowej.</p>	<p>647,00</p>