

**Załącznik nr 2 do SWZ**

**Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ)**

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie badania pt.: **„Podejście do pracy przedstawicieli młodego pokolenia na Dolnym Śląsku – perspektywa młodzieży i pracodawców”**, zgodnie z poniższym opisem.

Zadanie jest częścią projektu „Obserwatorium Rynku Pracy” o numerze FEDS.07.02-IP.02-0001/23 realizowanego w ramach Priorytetu nr 7 „Fundusze Europejskie na rzecz rynku pracy i włączenia społecznego na Dolnym Śląsku”, Działania nr 7.2 „Rozwój Instytucji rynku pracy”, Programu Fundusze Europejskie dla Dolnego Śląska 2021-2027, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.

Jego celem jest pozyskiwanie, gromadzenie oraz udostępnianie rzetelnych informacji w różnych obszarach rynku pracy i edukacji, które przyczynią się do zwiększenia zatrudnienia oraz ograniczenia i zapobiegania bezrobociu na Dolnym Śląsku, a także pozwolą na wypracowanie nowych rozwiązań dla pracodawców oraz innych uczestników dolnośląskiego rynku pracy.

Projekt kieruje swoje działania do wszystkich, którzy w jakikolwiek sposób są lub będą związani z rynkiem pracy m. in. do podmiotów administracji publicznej i służb zatrudnienia, pracodawców, pracowników, osób bezrobotnych, osób niepełnosprawnych, młodzieży, cudzoziemców, instytucji samorządowych i centralnych, szkół i instytucji edukacyjnych, firm szkoleniowych, organizacji pozarządowych, ośrodków naukowych, Wojewódzkiej i Powiatowych Rad Rynku Pracy, Wojewódzkiej Rady Dialogu Społecznego oraz innych partnerów rynku pracy.

**1. Cel badania**:

Celem badania jest uchwycenie sposobu widzenia pracy i podejmowania aktywności zawodowej, w tym wyzwań związanych z wchodzeniem na rynek pracy wśród przedstawicieli młodego pokolenia na Dolnym Śląsku. Badanie obejmuje dwie kategorie wiekowe: 18-24 oraz 25-30 lat. Różni je perspektywa: pierwsza kategoria rozpoczyna aktywność zawodową, druga ma już jakieś doświadczenia w tym względzie. Badanie ma odpowiedzieć na ile sposoby widzenia pracy i aktywności zawodowej różnicują się ze względu na środowisko zamieszkania i kategorie edukacyjno-zawodowe młodych ludzi.

WAŻNE: w badaniu nie jest najważniejsze jakie są bariery czy wyzwania, ale samo postrzeganie pracy, motywacje, strategie życiowe związane z pracą i łączeniem jej z innymi aspektami życia.

Wyniki badania będą służyły instytucjom rynku pracy w przygotowaniu form wsparcia przedsiębiorców w zarządzaniu pracą młodych ludzi, systemach rekrutacji, motywacji, zarządzania karierą i przeciwdziałania odpływowi kadr. Odbiorcami wyników badania będą instytucje edukacyjne, uczelnie, instytucje rynku pracy takie jak PUP lub agencje zatrudnienia, organizacje przedsiębiorców, firmy szkoleniowe, przedsiębiorcy (działy HR).

**2. Szczegółowe problemy badawcze.**

1. jakie są główne oczekiwania młodych mieszkańców Dolnego Śląska dotyczące pracy?; co ich motywuje do podjęcia zatrudnienia w określonym miejscu pracy, jakie czynniki są tu najistotniejsze?

* Jakie skojarzenia symboliczne z aktywnością zawodową mają młodzi ludzie?
* Jakie mają oczekiwania względem miejsca i warunków pracy?
* Jakie mają oczekiwania względem osób zarządzających i oceniających ich pracę?
* Jakie czynniki ułatwiają a jakie utrudniają im podjęcie zatrudnienia?
* Jak bardzo czują się związani z miejscem pracy? Co jest czynnikiem wpływającym na mobilność zawodową?

1. w jaki sposób kreują swoje ścieżki edukacyjne i zawodowe?; na ile korzystają z narzędzi wsparcia oferowanego przez system doradztwa zawodowego i instytucje rynku pracy?

* Jak zdobywają wiedzę o możliwościach zatrudnienia?
* Jak szukają wsparcia w pozyskaniu pracy? Kto, jakie instytucje lub jakie środowiska są dla nich wsparciem?
* Czy znają i czy korzystają z oferty poradnictwa zawodowego i kreowania ścieżek zawodowych przez całe życie (takie jak np. Zintegrowany System Kwalifikacji)?
* Czy korzystali w przeszłości ze wsparcia instytucji rynku pracy (w tym poradnictwo zawodowe, staże, szkolenia itp.)? Jeżeli tak, jak oceniają ich wsparcie?

1. jak pracodawcy postrzegają najmłodszych pracowników?; czy stosują specyficzne strategie rekrutacyjne i motywacyjne wobec pracowników młodych?

* Jakie są opinie pracodawców o pracownikach młodego pokolenia?
* Czy w stosunku do rekrutacji młodych osób są stosowane specyficzne strategie rekrutacyjne?
* Czy pracodawcy dostrzegają potrzebę specyficznych systemów motywacyjnych w stosunku do młodych ludzi?

1. w jaki sposób pracodawcy postrzegają wyzwania związane z zarządzaniem kadrami zróżnicowanymi pokoleniowo?

* Jakie wyzwania wiążą się, zdaniem pracodawców, z zarządzaniem pracą młodych osób?
* Jakiego wsparcia oczekują pracodawcy od publicznych służb zatrudnienia w zakresie pozyskiwania młodych pracowników i wspierania ich rozwoju?
* Czy, a jeżeli tak to jakie, stosują sposoby zarządzania zespołami wielopokoleniowymi?
* Jak oceniają przygotowanie i efektywność zawodową młodych ludzi?

**3. Metody i techniki badawcze.**

Z listy pytań badawczych wynikają dwie ścieżki w badaniu empirycznym:

1. badanie wśród młodych ludzi,
2. badanie wśród przedstawicieli pracodawców.

Badanie należy przeprowadzić z zastosowaniem podejścia jakościowego – istotna jest generalna charakterystyka procesów psycho-społecznych związanych z aktywnością zawodową młodych ludzi, a nie analiza ilościowa natężenia określonych zjawisk. Celem badania jest uchwycenie tego, jak respondenci widzą, interpretują i przeżywają pracę i wyzwania jakie się z nią wiążą. **Zatem celem badania jest umożliwienie wypowiedzenia się respondentów na temat interesujących w tym badaniu zagadnień.**

Tak pomyślane badanie nie ma charakteru reprezentatywnego – nie oddaje charakteru populacji, ale zbiera informacje na temat postrzegania określonego fragmentu rzeczywistości przez przedstawicieli określonych kategorii społecznych.

Biorąc pod uwagę cel badania ważne jest zebranie również opinii pracodawców – jak oni postrzegają aktywność zawodową młodych ludzi, jakie wyzwania z zarządzaniem pracą młodych ludzi widzą itp. Tu też ważne jest zebranie w miarę pogłębionych refleksji na temat postrzegania pracy młodych ludzi. Metody jakościowe powinny pozwolić na wygenerowanie narracji respondentów na temat interesujących w tym badaniu zagadnień. Treści wypowiedzi powinny być następnie poddane pogłębionej analizie jakościowej z wykorzystaniem technik analizy dyskursu.

Badania można przeprowadzić w oparciu o metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem technik dialogowych:

- wywiady pogłębione (IDI) z udziałem osób młodych

- zogniskowane wywiady grupowe (FGI) z udziałem przedstawicieli pracodawców

- wywiady eksperckie z przedstawicielami instytucji otoczenia biznesu – np. organizacje pracodawców, agencje pracy, PUP itp.

**4. Dobór próby.**

**I. Do badania wśród młodych osób wytypowane zostały następujące kategorie respondentów:**

1. **ze względu na środowisko zamieszkania:**
2. Środowisko wielkomiejskie (miasta pow. 100 tys. mieszkańców)
3. Środowisko wsi, małych i średnich miejscowości (do 100 tys. mieszkańców)
4. **ze względu na kategorię wiekową**
5. 18-24 lata
6. 25-30 lat
7. **ze względu na status na rynku pracy**
8. Bezrobotny, gotowy do podjęcia pracy
9. Uczący się lub studiujący (nie jest aktywny zawodowo)
10. Pracujący
11. Nieuczący się i niepracujący (tzw. NEET – Nor Education, Employment or Training)
12. **ze względu na płeć**
13. Kobiety
14. Mężczyźni

**II. W grupie focusowej dotyczącej perspektywy pracodawców powinny być reprezentowane przedsiębiorstwa ze względu na dwa kryteria**:

1. **ze względu wielkość**
2. małe (zatrudniające do 50 pracowników),
3. średnie (zatrudniające powyżej 50 pracowników),
4. duże (zatrudniające powyżej 250 pracowników).
5. **ze względu na lokalizację przedsiębiorstwa**
6. wieś, małe i średnie miasto (do 100 tys. mieszkańców),
7. duże miasto (pow. 100 tys. mieszkańców).

Żeby zapewnić reprezentację różnych środowisk zaplanowano 5 FGI w pięciu subregionach -jeleniogórski, wałbrzyski, legnicko-głogowski, wrocławski i Miasto Wrocław.

**III. Dodatkowe wywiady eksperckie z przedstawicielami instytucji otoczenia biznesu (izby gospodarcze, agencje zatrudnienia, PUP, przedstawiciele biur karier z uczelni wyższych) – min. 10 IDI**

**Dobór próby do badania - podsumowanie**

5 FGI z pracodawcami

140 IDI z osobami młodymi

10 IDI z przedstawicielami otoczenia biznesu

|  |  |
| --- | --- |
| Szczegółowe kategorie respondentów w próbie | |
| 1. | Duże miasto/18-24/bezrobotny/kobieta |
| 2. | Duże miasto/18-24/bezrobotny/mężczyzna |
| 3. | Duże miasto/18-24/pracuje /kobieta |
| 4. | Duże miasto/18-24/pracuje/mężczyzna |
| 5. | Duże miasto/18-24/uczy się/kobieta |
| 6. | Duże miasto/18-24/uczy się/mężczyzna |
| 7. | Duże miasto/18-24/NEET/kobieta |
| 8. | Duże miasto/18-24/NEET/mężczyzna |
| 9. | Duże miasto/25-30/bezrobotny/kobieta |
| 10. | Duże miasto/25-30/bezrobotny/mężczyzna |
| 11. | Duże miasto/25-30/pracuje /kobieta |
| 12. | Duże miasto/25-30/pracuje/mężczyzna |
| 13. | Duże miasto/25-30/NEET/kobieta |
| 14. | Duże miasto/25-30/NEET/mężczyzna |
| 15. | Wieś, małe lub średnie miasto/18-24/bezrobotny/kobieta |
| 16. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/bezrobotny/mężczyzna |
| 17. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/pracuje /kobieta |
| 18. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/pracuje/mężczyzna |
| 19. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/uczy się/kobieta |
| 20. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/uczy się/mężczyzna |
| 21. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/NEET/kobieta |
| 22. | Wieś, małe lub średnie miasto /18-24/NEET/mężczyzna |
| 23. | Wieś, małe lub średnie miasto /25-30/bezrobotny/kobieta |
| 24. | Wieś, małe lub średnie miasto /25-30/bezrobotny/mężczyzna |
| 25. | Wieś, małe lub średnie miasto /25-30/pracuje /kobieta |
| 26. | Wieś, małe lub średnie miasto /25-30/pracuje/mężczyzna |
| 27. | Wieś, małe lub średnie miasto /25-30/NEET/kobieta |
| 28. | Wieś, małe lub średnie miasto /25-30/NEET/mężczyzna |

Logika doboru próby została przedstawiona na rysunku 1.

**Rysynek1. Logika dobory próby do badania wśród młodzieży**

**Wywiady indywidualne = 28 podgrup x 5 wywiadów = 140 wywiadów**

**5. Wytyczne do wywiadów.**

1. **Wywiady pogłębione z osobami młodymi**

Celem pogłębionych wywiadów indywidualnych jest zdobycie jak najszerszych i pogłębionych wypowiedzi respondentów na tematy zawarte w szczegółowych pytaniach badawczych. Indywidualny wywiad pogłębiony ma zatem mieć postać swobodnej rozmowy kierowanej przez ankietera, mającej na celu sprowokowanie respondenta do obszernych wielowątkowych narracji – **wywiad narracyjny pogłębiony**.

Wykonawca badania przygotuje propozycje **scenariuszy wywiadu** – zestaw kluczowych wytycznych kierunkowych do wywiadu w oparciu o problemy badawcze. Ankieter zadaje pytania prowokujące respondenta do spontanicznych wypowiedzi na temat problemów, które stanowią przedmiot badania.

Wywiady muszą być rejestrowane a następnie wykonawca przygotuje **transkrypcje wywiadów**. Standardy transkrypcji zostały określone w dalszej części tekstu.

Napodstawie transkrypcji wykonawca przygotuje **analizę problemową** wypowiedzi respondentów.

1. **Zogniskowane wywiady grupowe z pracodawcami**

Celem pogłębionych wywiadów grupowych jest zdobycie jak najszerszych i pogłębionych wypowiedzi respondentów na tematy zawarte w szczegółowych pytaniach badawczych. Zogniskowany wywiad grupowy polega na inicjowaniu rozmowy pomiędzy uczestnikami spotkania moderowanej przez ankietera. Dyskusja ma na celu sprowokowanie respondentów do obszernych wielowątkowych wypowiedzi.

Wykonawca badania przygotuje propozycje **scenariuszy wywiadu** – zestaw kluczowych wytycznych kierunkowych do wywiadu w oparciu o problemy badawcze. Ankieter zadaje pytania prowokujące respondentów do spontanicznych wypowiedzi na temat problemów, które stanowią przedmiot badania.

Wywiady muszą być rejestrowane a następnie wykonawca przygotuje **transkrypcje wywiadów**. Standardy transkrypcji zostały określone w dalszej części tekstu.

W każdym wywiadzie musi wziąć udział minimum 8 osób.

Napodstawie transkrypcji wykonawca przygotuje **analizę problemową** wypowiedzi respondentów.

1. **Wywiady eksperckie z przedstawicielami instytucji otoczenia biznesu**

Celem wywiadów eksperckich jest uzyskanie opinii przedstawicieli wspierających przedsiębiorców na temat funkcjonowania młodych ludzi na rynku pracy. Wywiad będzie realizowany w oparciu o **scenariusz wywiadu** przygotowany przez wykonawcę na podstawie szczegółowych pytań badawczych.

Wywiady muszą być rejestrowane a następnie wykonawca przygotuje **transkrypcje wywiadów**. Standardy transkrypcji zostały określone w dalszej części tekstu.

Napodstawie transkrypcji wykonawca przygotuje **analizę problemową** wypowiedzi respondentów.

**6. Standardy transkrypcji**

1. **Format transkrypcji i wytyczne związane z wizualizacją**

* Transkrypcja sporządzana jest jako plik tekstowy w formacie RTF (Rich Text Format) i Word.
* Transkrypcja obejmuje wszystko, co mówią respondenci oraz badacz (tzw. transkrypcja pełna).
* Nie należy poprawiać błędów językowych respondenta.
* Transkrypcja obejmuje też aranżację badania (jeśli została nagrana).

1. **Sposoby oznaczania wypowiedzi respondentów w transkrypcji**

* Każdą wypowiedź zaczynamy od znacznika mówiącego, czyli symbolu oznaczającego badacza (B:) lub osobę badaną (O:). Wypowiedzi badacza powinny być zapisywane pogrubioną czcionką.
* Znak akapitu ("enter") oznacza, że głos zabiera nowa osoba (tzn. wypowiedź jednej osoby – niezależnie od długości – powinna mieścić się w jednym akapicie).

*B: A firma dofinansowuje takie inicjatywy?*

*O: Nie, nie.*

*B: Czyli z własnej kieszeni?*

*O: Niestety, nie…*

* Jeśli nagranie jest momentami słabej jakości i nie można czegoś zrozumieć, to w nawiasie kwadratowym należy zapisać "niezrozumiałe" i wstawić dokładny czas wystąpienia niezrozumiałego fragmentu nagrania, np.:

*O: Bo tak naprawdę… wczoraj bym też jeszcze nie powiedział, że będą takie obostrzenia odnośnie tych nowych przepisów, tego rozporządzenia, które ma lada moment wejść, [niezrozumiałe od 00:44:40].*

* Ważne dla zrozumienia transkrypcji zachowania niewerbalne należy przepisać w nawiasach kwadratowych (śmiech, płacz, dłuższa pauza, wydarzenia zewnętrzne np. dzwoni telefon komórkowy i osoba badana odbiera, osoba badana milczy dłużej niż 5 sekund itd.).:

*O: Jak to się mówi: mierny, bierny, ale wierny [śmiech].*

* W transkrypcjach należy zachować zasady ortografii, interpunkcji oraz zapisu liczebników.
* Nie spisujemy wyrażeń takich jak „yyy” czy „hm”, zamiast tego opisujemy zachowanie respondenta np. [westchnięcie], [zastanawianie się]. Próbujemy opisać wyrażenia słowami.
* Opisujemy kontekst sytuacyjny podczas wywiadu np.:

*B: Czyli z własnej kieszeni? [powiedziane z sarkazmem]*

1. **Opis nagrania i transkrypcji**

* Nazwa pliku z transkrypcją powinna być taka sama jak nazwa przekazanego pliku dźwiękowego poddawanego transkrypcji.
* Transkrypcję należy zapisać czcionką Calibri, 12 pt, odstęp 1,15 pt, odstęp po akapicie 6 pt, tekst wyjustowany, wszystkie marginesy 2,5 cm.
* Strony powinny być ponumerowane na środku strony, na dole.

1. **Anonimizacja transkrypcji**

* Wszystkie transkrypcje przekazywane Zamawiającemu przez Wykonawcę muszą być zanonimizowane w sposób uniemożliwiający zidentyfikowanie poszczególnych respondentów.
* Anonimizacji podlegają:
  + Imiona i nazwiska respondentów, innych osób wymienianych przez badanych w trakcie IDI.
  + Nazwy przedsiębiorstwa, w których pracuje/pracował respondent
  + Dane umożliwiające identyfikację adresową
* Anonimizacji NIE podlegają:
  + Imiona i nazwiska osób publicznych
  + Nazwy uczelni, szkół.

**7. Zadania wykonawcy.**

Realizacja badania wiąże się z następującymi zadaniami po stronie wykonawcy:

* + 1. przygotowanie uszczegółowionej procedury badawczej
    2. przygotowanie scenariuszy wywiadów – warianty dla poszczególnych kategorii respondentów w próbie
    3. realizacja IDI oraz FGI - zebranie danych
    4. przygotowanie transkrypcji wywiadów
    5. przygotowanie trzech cząstkowych raportów analitycznych (badanie wśród osób młodych, badanie pracodawców, wywiady z przedstawicielami instytucji otoczenia biznesu) oraz jednego raportu zbiorczego
    6. przygotowanie prezentacji wyników badania do celów upowszechniania
    7. udział w spotkaniach (brifingach) upowszechniających wyniki badania.

Po zakończeniu badania wykonawca przekaże zleceniobiorcy:

1. Scenariusze wywiadów
2. Nagrania wywiadów indywidualnych IDI i grupowych FGI
3. Transkrypcje wywiadów
4. Produkty analityczne (raporty analityczne cząstkowe, raport zbiorczy końcowy wraz z ilustracjami info-graficznymi wniosków analitycznych i rekomendacjami dla odbiorców badania)
5. Prezentację wyników badań w formie multimedialnej wraz z infografikami.

Raport analityczny w odniesieniu do każdego segmentu badania powinien zawierać:

* informacje na temat szczegółowej procedury badawczej
* dane statystyczne dotyczące próby badawczej
* wnioski z analizy jakościowej
* ilustracje info-graficzne wniosków analitycznych - np. mapy semantyczne, mind-mapy, tabele itp.

Ponadto wykonawca przygotuje syntetyczny zbiorczy raport analityczny zawierający wprowadzenie (opis przedmiotu badania, jego założeń i celów, opis zastosowanej metodyki), wnioski globalne wynikające z realizacji poszczególnych elementów badania oraz rekomendacje dla odbiorców badania.

Raporty powinny być napisane zwięzłym i przejrzystym językiem polskim. Zamawiający żąda, aby nadzór naukowy nad badaniem był wskazany/uwidoczniony w raporcie końcowym.

Na każdym etapie przygotowania badania (konstrukcja szczegółowych narzędzi badawczych, dobór próby, analiza) – wykonawca będzie konsultował się z zamawiającym.

Zamawiający zastrzega sobie akceptację narzędzi badawczych oraz raportów. Zamawiający wyznaczy w umowie do konsultacji i akceptacji swoich pracowników.

**8. Zakres terytorialny badania:**  województwo dolnośląskie.

**9. Przedmiot zamówienia** **obejmuje:**

Opracowanie szczegółowej procedury badawczej, przygotowanie scenariuszy wywiadów – warianty dla poszczególnych kategorii respondentów w próbie (osoby młode, pracodawcy, przedstawiciele instytucji otoczenia biznesu), dobór i rekrutację respondentów do badania, realizacja wywiadów IDI oraz FGI - zebranie danych, przygotowanie transkrypcji wywiadów, opracowanie i przekazanie 3 raportów analitycznych cząstkowych i raportu zbiorczego wraz z infografikami (wersja elektroniczna i papierowa w ilości 2 sztuk każdego raportu), opracowanie i przekazanie w wersji elektronicznej prezentacji wyników badania do celów upowszechniania w formie multimedialnej wraz z infografikami oraz uczestniczenie i zaprezentowanie wyników badania podczas 4 spotkań (briefingów) zorganizowanych przez zamawiającego w czterech subregionach województwa dolnośląskiego (jeleniogórski, wałbrzyski, legnicko-głogowski, wrocławski/Miasto Wrocław). Briefingi planowane są w okresie luty/marzec 2025 r.

**10.** Wykonawca powinien dostarczyć do siedziby Dolnośląskiego Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Wałbrzychu, przy ul. Ogrodowej 5b:

1. pierwsze wersje raportów cząstkowych wraz z infografikami – najpóźniej do 30.09.2024 r, w wersji elektronicznej (plik tekstowy),
2. pierwszą wersję raportu całościowego (końcowego) wraz z infografikami – najpóźniej do 21.10.2024 r. w wersji elektronicznej (plik tekstowy),
3. ostateczne wersje raportów cząstkowych i raportu całościowego (końcowego) wraz z infografikami w wersji elektronicznej (plik tekstowy) w ciągu 10 dni roboczych od zgłoszenia przez zamawiającego ewentualnych uwag do raportów, ale nie później niż do 05.12.2024 r.,
4. prezentację multimedialną oraz infografiki z najważniejszymi wynikami badań w wersji elektronicznej do 10.01.2025 r.,
5. po 2 egzemplarze wersji papierowych każdego z raportów cząstkowych i raportu całościowego (końcowego) badania do 10.01.2025 r. Raporty na okładce powinny mieć tytuł, odpowiednie logotypy (przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego po podpisaniu umowy) oraz dopisek *„Raport opracowany na zlecenie Dolnośląskiego Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Wałbrzychu w ramach projektu pn.: „Obserwatorium Rynku Pracy” współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Dolnego Śląska 2021-2027”.*

**11. Inne wymagania**

1) Wykonawca będzie zobowiązany w umowie do informowania Zamawiającego o realizacji zadań lub ich części przy pomocy podwykonawcy/podwykonawców i przekazania informacji identyfikujących podwykonawcę/podwykonawców w terminie 7 dni od zawarcia umowy z podwykonawcą.

2) Wykonawca będzie zobowiązany w umowie do przetwarzania danych osobowych w sposób zgodny z przepisami RODO, ustawy o ochronie danych osobowych i innych przepisów prawa powszechnie obowiązujących dotyczących ochrony danych osobowych w tym do wykonywania i udokumentowania obowiązku informacyjnego wobec osób, których dane osobowe pozyskuje. (klauzula informacyjna).

3) Wykonawca będzie zobowiązany w umowie do informowania o dofinansowaniu projektu przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (EFS+) w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Dolnego Śląska 2021-2027 (FEDS) we wszystkich materiałach i dokumentach (odpowiednie logotypy będą przekazane wykonawcy po podpisaniu umowy).

4) Wykonawca będzie zobowiązany w umowie do nie wykorzystywania w swoich działaniach przekazu dyskryminującego, ośmieszającego bądź utrwalającego stereotypy ze względu na niepełnosprawność czy inne przesłanki wskazane w art. 21 Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej z dnia 26 października 2012 r. oraz Konwencji o Prawach Osób Niepełnosprawnych sporządzonej w Nowym Jorku dnia 13 grudnia 2006 r. Te przesłanki to płeć, rasa, kolor skóry, pochodzenie etniczne lub społeczne, cechy genetyczne, język, religia lub przekonania, poglądy polityczne lub wszelkie inne poglądy, przynależność do mniejszości narodowej, majątek, urodzenie, niepełnosprawność, wiek lub orientacja seksualna.

5) Wykonawca będzie zobowiązany w umowie do stosowania w raportach, prezentacji multimedialnej oraz innych udostępnianych materiałach Standardy dostępności dla polityki spójności 2021-2027, stanowiące Załącznik nr 2 do Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027.

6) Wykonawca będzie zobowiązany w umowie do przekazania majątkowych praw autorskich do powstałych prac.