

ZAŁĄCZNIK NR 2 DO REGULAMINU KONKURSU 2020-2

KRYTERIA OCENY MERYTORYCZNEJ

		Max. możliwa ilość punktów, przyznana przez każdego członka Komisji Konkursowej
PRECYZYJNOŚĆ I ZASADNOŚĆ OKREŚLONYCH ZADAŃ WRAZ Z REZULTATAMI		
1	<p>Czy działania zaplanowane w projekcie są spójne i realne?</p> <p>0 pkt – Brak spójności i realności planowanych działań. 1 pkt – Minimalna spójność projektu (działania są częściowo spójne, a ich realność jest dyskusyjna). 2 pkt – Średnia spójność projektu (działania są ogólnie spójne i możliwe do realizacji). 3 pkt – Działania są spójne i realne. 4 pkt – Działania są bezdyskusyjnie spójne i realne.</p>	4
2	<p>Czy przyjęte rezultaty są realne do osiągnięcia i adekwatne do zaplanowanych działań?</p> <p>0 pkt – Rezultaty są nierealne i nieadekwatne do zaplanowanych działań. 1 pkt – Rezultaty możliwe, choć trudne do osiągnięcia, ich adekwatność jest dyskusyjna. 2 pkt – Rezultaty są możliwe do osiągnięcia i ogólnie adekwatne do zaplanowanych działań. 3 pkt – Rezultaty są realne i adekwatne do zaplanowanych działań. 4 pkt – Rezultaty są realne i w pełni adekwatne do zaplanowanych działań.</p>	4
3	<p>Czy zaplanowane działania odpowiadają na potrzeby społeczności, do której są skierowane?</p> <p>0 pkt – Zaplanowane działania w ogóle nie odpowiadają na potrzeby społeczności. 1-2 pkt – Zaplanowane działania odpowiadają w minimalnym stopniu na potrzeby społeczności. 3-4 pkt – Zaplanowane działania ogólnie odpowiadają na potrzeby społeczności, lecz nie są doprecyzowane. 5-6 pkt – Zaplanowane działania odpowiadają na potrzeby społeczności i wynikają z opisu analizy sytuacji społeczności. 7-8 pkt – Zaplanowane działania bezpośrednio odpowiadają na potrzeby społeczności i wprost wynikają z opisu analizy sytuacji społeczności.</p>	8

PROMOCJA I SPOSÓB DOTARCIA DO ADRESATÓW		
4	<p>Czy zaplanowany sposób promocji projektu jest adekwatny do grupy docelowej i zaplanowanych działań?</p> <p>0 pkt – Sposób promocji w ogóle nie jest adekwatny do potrzeb grupy docelowej i działań projektowych.</p> <p>1 pkt – Sposób promocji jest ogólnie adekwatny do potrzeb grupy docelowej i działań projektowych, lecz jego zakres jest minimalny.</p> <p>2 pkt – Sposób promocji jest adekwatny do potrzeb grupy docelowej i działań projektowych, a jego zakres jest standardowy.</p>	2
OKREŚLONO HARMONOGRAM REALIZACJI ZADANIA		
5	<p>Czy zaplanowany harmonogram jest adekwatny do założonych działań i precyzyjnie określony?</p> <p>0 pkt – Określony harmonogram nie jest spójny z zakładanymi działaniami i rezultatami do osiągnięcia.</p> <p>1 pkt – Harmonogram jest ogólnie rozpisany, lecz jego zakres jest minimalny.</p> <p>2 pkt – Harmonogram jest szczegółowy, adekwatny do założonych działań i precyzyjnie określony.</p>	2
ADEKWATNOŚĆ WYDATKÓW ORAZ RACJONALNOŚĆ BUDŻETU		
6	<p>Czy przyjęte w budżecie koszty są adekwatne do zaplanowanych działań?</p> <p>0 pkt – Wydatki w ogóle nie są adekwatne do działań (nie wynikają z opisu działań).</p> <p>1-2 pkt – Wydatki wynikają z opisu działań, ale są nieprecyzyjne lub nie obejmują wszystkich działań.</p> <p>3-4 pkt – Wydatki wynikają wprost z opisu działań, są adekwatne i precyzyjne.</p>	4
7	<p>Czy zastosowane stawki są racjonalnie skalkulowane i odpowiadają cenom rynkowym?</p> <p>0 pkt – Zastosowane stawki w budżecie są nieracjonalne (mocno przeszacowane bądź niedoszacowane).</p> <p>1-2 pkt – Ogólnie stawki w budżecie są racjonalnie skalkulowane i oparte o średnie ceny rynkowe.</p> <p>3-4 pkt – Bardzo precyzyjnie określone stawki w budżecie i mocno osadzone w średniej wartości cen rynkowych (co również wynika z opisu i informacji dodatkowych do budżetu).</p>	4
MAX. MOŻLIWA SUMA PUNKTÓW OD KAŻDEGO CZŁONKA KOMISJI KONKURSOWEJ		28
MAX. MOŻLIWA SUMA PUNKTÓW W CAŁEJ OCENIE MERYTORYCZNEJ		84