

## Założenia nowej strony internetowej Muzeum Warszawy

### I. O muzeum

#### *I.1 Kim jesteśmy?*

Muzeum Warszawy zostało powołane w 1936 r. jako oddział Muzeum Narodowego. Po drugiej wojnie światowej, w 1947 roku, muzeum uzyskało samodzielność, a w 2014 roku nazwa Muzeum Historyczne m.st. Warszawy została skrócona przez Radę m.st. Warszawy do obecnego kształtu.

Jego siedzibą główną jest 11 zabytkowych kamienic przy Rynku Starego Miasta, wpisanych od 1980 r. na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Muzeum Warszawy to także 7 oddziałów: Muzeum Warszawskiej Pragi, Centrum Interpretacji Zabytku, Muzeum Drukarstwa, Muzeum Woli, Muzeum – Miejsce Pamięci Palmiry, Muzeum Farmacji, Muzeum Ordynariatu Polowego. Każdy z oddziałów ma swoją odrębną ofertę dla publiczności. Siedziby to obiekty w większości zabytkowe, nad którymi Muzeum sprawuje opiekę.

Od 80 lat misją Muzeum Warszawy jest gromadzenie, przechowywanie, opracowywanie i udostępnianie zbiorów związanych z Warszawą. Prowadząc działalność wystawienniczą, badawczą, wydawniczą, edukacyjną oraz kulturalną, muzeum towarzyszy odbiorcom w poznawaniu fenomenu Warszawy.

W roku 2016 muzeum posiada w swoich zbiorach ponad 230 000 obiektów.

#### *I.2 Sytuacja, w której jesteśmy*

Od 2014 r. trwa projekt OdNowa, obejmujący modernizację, konserwację i digitalizację obiektów zabytkowych siedziby głównej muzeum, a także realizację nowej wystawy głównej. Uroczyste otwarcie Muzeum Warszawy w nowej odsłonie nastąpi pod koniec maja 2017 r. Będzie to kluczowy dla nas moment, kiedy po latach niebytności przedstawimy się naszej publiczności niemal na nowo, z nową wystawą główną.

---

Muzeum Warszawy  
Rynek Starego Miasta 28-42, 00-272 Warszawa  
tel. (+48) 22 635 16 25 / fax (+48) 22 831 94 91  
[www.muzeumwarszawy.pl](http://www.muzeumwarszawy.pl) / [sekretariat@muzeumwarszawy.pl](mailto:sekretariat@muzeumwarszawy.pl)



Projekt pn. „Modernizacja, konserwacja oraz digitalizacja obiektów zabytkowych siedziby głównej Muzeum Warszawy przy Rynku Starego Miasta w Warszawie”, realizowany w ramach Programu „Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego”. Wsparcie udzielone z funduszy norweskich i funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii, oraz środków krajowych.

Ze względu na trwające prace w siedzibie głównej i jej wyłączenie z życia kulturalnego ciężar programowy spoczął na oddziałach, z których kluczową rolę odgrywają Muzeum Warszawskiej Pragi, Centrum Interpretacji Zabytku, Muzeum Drukarstwa.

Nad koncepcją i realizacją nowej wystawy głównej od trzech lat trwają intensywne prace zespołu kuratorów pod kierownictwem dr Jarosława Trybusia, Zastępcy Dyrektora ds. Merytorycznych. Obecna strona internetowa muzeum to rozwiązanie tymczasowe, nie do końca odpowiadające na potrzeby przekształcającej się instytucji. Nie spełnia wymagań ze względu na ograniczenia technologiczne, w tym szczególnie te uniemożliwiające pełne dostosowanie warstwy graficznej do wymagań nowej identyfikacji wizualnej muzeum. Aktualnych oczekiwań nie spełnia też poziom responsywności i funkcjonalności zapewniające dostępność (zgodność ze standardem WCAG 2.0). Zastosowany CMS (Wordpress Multi Site) nie zapewnia oczekiwanej elastyczności w dostosowywaniu strony do dynamicznie zmieniających się potrzeb muzeum. Obecnie zastosowana architektura informacji nie pozwala na odpowiednie (zgodne ze strategią muzeum) wyartykułowanie w warstwie informacyjnej związków i relacji pomiędzy poszczególnymi jednostkami i oddziałami muzeum.

Nowa strona internetowa powinna zostać upubliczniona jesienią 2016 roku.

### ***1.3 Nowa identyfikacja wizualna muzeum***

Od 2014 roku naszym nowym znakiem graficznym jest Syrena, jak przystało na stołeczną instytucję. Autorką nowej identyfikacji wizualnej jest Ania Światłowska\*, projektantka graficzna Muzeum Warszawy.

Identyfikacja jest punktem wyjścia do projektu graficznego nowej strony.

Założeniem identyfikacji było odzwierciedlenia zmian, przez które przechodzi muzeum w ramach odnawiania wizerunku i usprawniania sposobu działania. Chcemy żeby Muzeum Warszawy było miejscem, w którym historia naszego miasta spotyka się z jego przyszłością.

Nowe logo Muzeum Warszawy jest połączeniem historycznego symbolu z nowoczesną szkołą projektowania graficznego.

Herb Warszawy – pół-kobieta, pół-ryba z miejskich legend, syrenka z mieczem i tarczą – to znak powszechnie wykorzystywany, znak rozpoznawalny i kojarzony z Warszawą. W zbiorach Muzeum posiadamy blisko 400 rozmaitych warszawskich syrenek uwiecznionych w malarstwie, na fotografiach, numizmatach, syrenki-pomniki, przedstawienia zdobiące zabytkowe rzemiosło czy plany Warszawy, które stały się inspiracją dla projektantki.

Wybrany kolor nawiązuje do ciągu skojarzeń: Warszawa – Syrena – Wisła. Ciemny błękit jest kolorem, który gwarantuje Muzeum Warszawy odrębność wizerunkową, wyróżniając się wśród barw wykorzystywanych przez inne warszawskie instytucje: żółci, czerwieni czy czerni.

Zastosowana w projekcie rodzina krojów pisma *Good*, autorstwa warszawskiego projektanta Łukasza Dziedzica, jest przejrzysta, przyjazna, neutralna. Krój nie nawiązuje do konkretnego okresu historycznego. Doskonale zachowuje spójność proporcji i kroju ze znakiem graficznym, stając się jego integralną częścią.

\* **Dr Anna Światłowska** - projektantka graficzna ze stopniem Doktora Sztuk Pięknych na Universidad Complutense w Madrycie, Resident Artist w School of Visual Arts w Nowym Jorku. Współzałożycielka warszawskiej Pracowni Sitodruku SITO. Od 2011 należy do Stowarzyszenia Twórców Grafiki Użytkowej (STGU).

Specjalizuje się w identyfikacji i komunikacji wizualnej, zwłaszcza w obszarze kultury. Współpracowała z licznymi markami, agencjami i instytucjami (m.in. Jagermeister, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Red Bull Spain, TVE Televisión Española, Muzeum Narodowe w Warszawie, Muzeum Sztuki Nowoczesnej, Teatr Wielki – Opera Narodowa).

## I.4 Wizja Muzeum Warszawy

Chcemy być najważniejszą instytucją pomagającą w zrozumieniu fenomenu Warszawy. Zależy nam na tym żeby działać ekologicznie i etycznie, dbając jednocześnie o wysoki poziom estetyczny prezentowanych przez nas materiałów. Otwartość rozumiemy nie tylko jako dostępność naszych zbiorów, ale również umiejętność odpowiadania na potrzeby naszych odbiorców.

### I.4.1 Jak działamy?

Szanujemy przeszłość i myślimy o przyszłości, dlatego z pasją i dla dobra wspólnego gromadzimy, badamy i udostępniamy świadectwa dziejów Warszawy.

Nasze inicjatywy wynikają z aktualnego stanu wiedzy, który wzmocniamy wieloletnim doświadczeniem, na które składa się praca kilku pokoleń świadomych etosu zawodowego muzealników. Dzięki temu budujemy nie tylko stabilność instytucji, ale przede wszystkim ciągłość i dostępność wiedzy o zabytkach.

Umożliwiając kontakt z muzealiami – świadectwami przeszłości oraz oferując angażujący program oparty na badaniach naukowych, towarzyszymy naszym odbiorcom w poznawaniu fenomenu Warszawy.

### I.4.2 Obszary strategiczne działalności muzeum

#### Utrzymanie i konserwacja zbiorów

Podstawą naszych działań jest zbiór świadectw przeszłości Warszawy. Do roku 2022 powstają magazyny centralne, dzięki którym zyskujemy nowe możliwości udostępniania zbiorów. Ich integralną częścią są pracownie konserwatorskie, w których poddajemy muzealia niezbędnym zabiegom. Digitalizacja pozwala nie tylko śledzić stan zachowania muzealiów, ale przede wszystkim udostępniać ich cyfrowe wizerunki w formatach umożliwiających swobodną edycję. Dalszy rozwój naszych zbiorów wyznacza polityka gromadzenia zbiorów, która stanowi łącznik pomiędzy dawnym a obecnym sposobem budowania kolekcji muzeum.

#### Badania naukowe

Usystematyzowana kolekcja Muzeum Warszawy to przedmiot naszych badań naukowych, których długofalowe i spójne prowadzenie pozwala dostarczać naszym odbiorcom aktualnej wiedzy o fenomenie Warszawy.

---

Muzeum Warszawy

Rynek Starego Miasta 28-42, 00-272 Warszawa

tel. (+48) 22 635 16 25 / fax (+48) 22 831 94 91

[www.muzeumwarszawy.pl](http://www.muzeumwarszawy.pl) / [sekretariat@muzeumwarszawy.pl](mailto:sekretariat@muzeumwarszawy.pl)



### Działania wystawiennicze

Wykorzystując wiedzę pozyskaną w procesie badawczym prezentujemy ponad 3 000 obiektów w ramach nowej wystawy głównej Muzeum Warszawy. Brak narracji oraz otwartość struktury wystawienniczej pozwala zaspokoić ciekawość różnorodnych grup odbiorców dając pole do wielostronnej interpretacji świadectw przeszłości Warszawy. Tak rozumiana wystawa główna jest punktem odniesienia dla prowadzonych przez nas działań wystawienniczych.

### Działania wydawnicze

Prezentacja muzealiów na wystawach wspierana jest wydawnictwami Muzeum Warszawy opartymi na zbiorach muzealnych opracowywanych z zastosowaniem pełnego aparatu naukowego, Myśląc szeroko o naszych grupach odbiorców dajemy możliwość odbioru publikacji na wielu poziomach: projektu, łatwej nawigacji, starannie dobranych ilustracji oraz specjalistycznych informacji. Łączymy wysoką jakość merytoryczną z dbałością o poprawność używanego języka oraz wysoką jakością edytorską.

### Działania popularyzacyjne

Przyglądamy się z uwagą formom, które najlepiej docierają do naszych odbiorców. Refleksja nad nimi w połączeniu z wynikami badań naukowych, stanowią punkt wyjścia dla konstruowania działań popularyzacyjnych i edukacyjnych. Naszym priorytetem jest stworzenie programu przełamującego bariery ekonomiczne, kulturowe, społeczne.

### Polityka kadrowa | *Odpowiedzialne zatrudnianie*

Jesteśmy odpowiedzialnym pracodawcą - działamy transparentnie oraz aktywnie przeciwdziałamy dyskryminacji. Zatrudniamy w drodze konkursów, a osoby już zatrudnione wspieramy systemem szkoleń.

### Finanse | *Gospodarne wykorzystanie środków*

W 2022 roku osiągamy stabilność finansową dzięki wdrożeniu w Muzeum polityki rachunkowości na wszystkich etapach realizacji projektów. Planowanie, realizacja oraz rozliczenie przebiega zgodnie z zasadami polityki rachunkowości, które są jasne dla pracowników wszystkich pionów. Dzięki temu działamy oszczędnie, gospodarnie i zgodnie z wytycznymi ustawy o finansach publicznych. Prowadzone przez nas działania marketingowe przynoszą stabilny wzrost dochodów własnych, których właściwe wykorzystanie wspiera nasze działania statutowe.

### Administracja i inwestycje | *Odpowiednie warunki działalności*

Dzięki inwestycjom w zabytkowe siedziby, Muzeum zapewnia odpowiednie warunki działalności podstawowej. Zmniejszenie liczby lokalizacji i zapewnienie długoterminowego prawa do ich użytkowania pozwala planować z wyprzedzeniem oraz efektywniej nimi zarządzać. Procesy te wspomaga system zarządzania elektronicznego, który oprócz obiegu dokumentów pozwala nadzorować realizację projektów, w tym ich aspekty finansowe. Stabilność lokalowa pozwala na zwiększenie oszczędności wynikających z planowej polityki zakupowej.

## II. Nowa strona internetowa Muzeum Warszawy. Opis zadania.

### Skrócony opis:

Stworzenie nowej witryny internetowej Muzeum Warszawy oraz jego oddziałów w oparciu o dostarczone przez zamawiającego informacje i dokumentację, w ramach procesu polegającego na wspólnym zaprojektowaniu rozwiązania przez zamawiającego i wykonawcę. Strona musi spełniać: założenia nowej identyfikacji wizualnej muzeum, założenia zawarte w strategii muzeum, aktualne standardy responsywności, określone w trakcie trwania projektu wymagania dostępności wynikające ze standardu WCAG 2.0. Rekomendowane jest oparcie strony o open source'owy CMS, ale zamawiający dopuszcza w uzasadnionym przypadku zastosowanie innego rozwiązania.

### Moduł prezentacji wystawy głównej i zbiorów

Specjalnym, bardzo ważnym elementem strony powinna być prezentacja wystawy głównej. Wystawa jest podzielona na 21 gabinetów i prezentuje 4000 obiektów. Każdy z gabinetów ma 3 obiekty wiodące. Zamawiający pod względem treści dysponuje tutaj:

- 21 filmami promocyjnymi o długości 30 sekund każdy (nie układają się w narrację, każdy stanowi odrębną całość wychodzącą od szczegółu – jednego obiektu wiodącego z wystawy – do ogółu, czyli koncepcji całej wystawy),
- dokumentacją zdjęciową wszystkich wiodących obiektów z 21 gabinetów wystawy głównej (3x21=63),
- materiałem tekstowym stanowiącym historie wiodących obiektów.
- opisy 21 gabinetów (Załącznik nr 1.1)

Ocena wstępnej koncepcji takiego rozwiązania jest jednym z kryteriów oceny oferty. Formę przygotowania koncepcji zamawiający pozostawia oferentom, przy czym dopuszczony jest sam opis koncepcji mający do 3 600 znaków.

Zamawiający na etapie realizacji projektu dostarczy dodatkowe materiały, jeśli wymagała tego będzie koncepcja przygotowana przez wykonawcę.

### Przy realizacji zadania wykonawca musi uwzględnić następujące oczekiwania i założenia strategiczne:

- **Struktura strony, architektura informacji oraz nawigacja musi oddawać strukturę muzeum, czyli układ siedziba główna plus oddziały.**  
Nasza publiczność nie zawsze jest świadoma, że oddział mający swoją osobną lokalizację, nazwę i program jest częścią większej całości – Muzeum Warszawy. Dlatego zadaniem struktury strony i nawigacji jest w przyjazny i czytelny sposób, niejako „przy okazji” zaznajamiać użytkownika ze strukturą instytucji.

---

Muzeum Warszawy  
Rynek Starego Miasta 28-42, 00-272 Warszawa  
tel. (+48) 22 635 16 25 / fax (+48) 22 831 94 91  
[www.muzeumwarszawy.pl](http://www.muzeumwarszawy.pl) / [sekretariat@muzeumwarszawy.pl](mailto:sekretariat@muzeumwarszawy.pl)



- Zadaniem wykonawcy będzie wypracowanie we współpracy z zamawiającym takich rozwiązań, które będą czytelnie komunikowały strukturę instytucji.
- **Stworzenie rozwiązań, które pozwolą osiągnąć efekt synergii dla oferty oddziałów i siedziby głównej.**  
Bez względu na to, co jest punktem wyjścia dla użytkownika do korzystania z naszej strony – konkretne wydarzenie w oddziale, wystawa główna w siedzibie, etc. - nawigacja powinna dawać efekt synergii wynikający z bogatej oferty programowej oddziałów – użytkownik dowiaduje się o innych wydarzeniach o tej samej tematyce w innych oddziałach, np. na etapie kupowania biletu/planowania wizyty/sprawdzenia kalendarza wydarzeń.
- **Odzwierciedlenie kluczowego założenia dla funkcjonowania Muzeum Warszawy, zgodnie z którym w centrum naszego zainteresowania jest obiekt i jego materialność.**  
Dzisiejsze muzea są w większości narracyjne - czują się zobowiązane opowiadać historię przedmiotami; my robimy odwrotnie: prezentujemy przedmioty - świadków historii i o nich opowiadamy. Nie pokazujemy kopii ani zamienników, tylko oryginalne obiekty będące świadectwami przeszłości.
- **Podkreślenie długiej (w 2016 roku - 80 lat) historii i doświadczenia, praktyki stojących za Muzeum Warszawy.**  
Naszą wartość stanowią: doświadczenie, bogate zbiory, ciągłość wiedzy o zabytkach, ludzie tworzący muzeum. To wszystko składa się na legitymizację do bycia wiodącą instytucją badającą fenomen Warszawy.
- Obowiązkowym elementem musi być informacja o finansowaniu strony z grantów norweskich razem z formułą: projekt pn. „Modernizacja, konserwacja oraz digitalizacja obiektów zabytkowych siedziby głównej Muzeum Warszawy przy Rynku Starego Miasta w Warszawie”, realizowany w ramach Programu „Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego”.  
Wsparcie udzielone z funduszy norweskich i funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii, oraz środków krajowych oraz logotypami grantodawcy, Programu Konserwacja i Rewitalizacja Dziedzictwa Kulturowego, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Miasta st. Warszawy. Na stronie powinien się znaleźć również opis samego projektu i jego realizacji.

## ***II.1 Zidentyfikowane techniczne kwestie szczegółowe (mogą ulec zmianie na etapie realizacji projektu i wypracowania wspólnego stanowiska wykonawcy z zamawiającym)***

### **Struktura użytkowników – role i uprawnienia**

Zamawiający nie przewiduje tworzenia kont użytkowników i możliwości logowania dla użytkowników zewnętrznych, chyba że konieczność taka wyniknie podczas tworzenia z wykonawcą szczegółowej koncepcji systemu zakupu biletów/rejestracji na wydarzenia. Co do kont administracyjnych zamawiający nie przewiduje konieczności wprowadzania stopniowania uprawnień ani żadnych mechanizmów kontrolnych (akceptowanie wpisów etc.), potrzebne będzie wyłącznie jedno konto superadmina i kilka kont redaktorskich.

### **Zakres edycji treści z poziomu panelu administracyjnego**

Zamawiający wymaga maksymalnego zakresu edycji treści, o szczegółowej specyfikacji wypracowanej na etapie powstawania projektu graficznego i architektury informacji (w tym, możliwość modyfikacji wszystkich menu, podmiana ewentualnych promowanych treści na stronie głównej, modyfikacje wszystkich zastosowanych list kategorii/tagów, dodawanie nowych ikon linkujących do profili społecznościowych).

### **Zarządzanie zdjęciami**



Strona powinna mieć wbudowany mechanizm croppingu zdjęć (w celu uniknięcia w kontekście responsywności strony nieodpowiednio „z automatu” przyciętych zdjęć). Zakres croppingu do ustalenia na etapie powstawania projektu graficznego i określania szczegółowego działania mechanizmu responsywności. Obiekt „zdjęcie” powinien mieć kilkanaście pól opisu (m.in. autor, data, wydarzenie, prawa autorskie, lokalizacja – pełna lista zostanie dostarczona przez zamawiającego na etapie realizacji projektu) oraz móc być otagowany (dowolność, brak predefiniowanej listy tagów). Przewidywane na bazie dotychczasowych doświadczeń obciążenie strony pod kątem uploadu zdjęć – na start maksymalnie około 500 zdjęć, podczas eksploatacji – maksymalnie około 50 zdjęć tygodniowo. Upload plików w standardowych formatach - jpg|jpeg|jpe, png, gif, tiff, bmp.

### Upload plików innych niż zdjęcia

Strona powinna mieć możliwość uploadu następujących typów plików: pdf, zip, rar, wszystkie typy plików MS Office + open source’owe odpowiedniki, plików dźwiękowych (wav, mid|midi, mp3, strona powinna mieć wbudowanego playera). Umieszczanie filmów na stronie zamawiający przewiduje wyłącznie poprzez zagnieżdżanie plików umieszczonych na serwisach typu YT/Vimeo.

### Wersje językowe

Na początek zamawiający przewiduje uruchomienie wraz z wersją polską wersji angielskiej, strona musi mieć możliwość późniejszego uruchomienia kolejnych wersji. Wersje językowe zdesynchronizowane (oddzielne obiekty – wszystkie, także zdjęcia etc., oddzielne menu). Asocjacje robione ręcznie z poziomu panelu administracyjnego. To da możliwość sprawnego tworzenia minimalistycznych wersji językowych w rodzaju jednej-kilku podstron z najważniejszymi informacjami.

### Zgodność

Zamawiający nie wymaga szczególnej walidacji strony pod kątem zgodności ze starymi wersjami przeglądarek. Zamawiający oczekuje podejścia standardowego (IE jeden wstecz, kilka starszych Chrome/Firefox plus okno z komunikatem „używasz starej wersji przeglądarki, niektóre funkcje strony mogą działać nieprawidłowo” dla tych kilku procent użytkowników starszych wersji).

### Formularz kontaktowy

Strona powinna mieć wbudowany prosty formularz kontaktowy dla użytkowników. Zamawiający przewiduje, że bardziej skomplikowane formularze będą elementem systemu kalendarza i rezerwacji/zakupu biletów na wydarzenia.

### Integracja z social media

Zamawiający przewiduje integrację strony z social media na podstawowym poziomie – ikony (ewentualnie panele, zależy od wypracowanego projektu graficznego) linkujące do Facebooka, YouTube’a, Instagrama, Twittera, TripAdvisora na stronie głównej/podstronach, pod wybranymi treściami (aktualności, eventy) przyciski „Like”, „Share”.

### Import treści ze starej strony

Proces importu treści ze starej strony jest po stronie zamawiającego.

### Sklep

Zamawiający przewiduje dostosowanie sklepu do projektu graficznego nowej strony, utworzenie angielskiej wersji sklepu, oraz powiązanie sklepu z systemem rezerwacji/zakupu biletów na wydarzenia w sposób umożliwiający efekt synergii.

---

Muzeum Warszawy

Rynek Starego Miasta 28-42, 00-272 Warszawa

tel. (+48) 22 635 16 25 / fax (+48) 22 831 94 91

www.muzeumwarszawy.pl / [sekretariat@muzeumwarszawy.pl](mailto:sekretariat@muzeumwarszawy.pl)



### II.1.3 Wstępna lista przewidywanych przez zamawiającego layoutów/funkcjonalności (może ulec zmianie na etapie realizacji projektu)

Layouty do zaprojektowania (w nawiasie ewentualnie przykładowy link, co się kryje pod terminem):

- strona główna
- basic page (tekstowa)
- galeria zdjęć (plus lightbox)
- slider
- film (zagnieżdżony z YT/Vimeo)
- audio
- kalendarz
- aktualność
- event
- podstrony agregujące treść (aktualności, może eventy, wylistowania, wyniki wyszukiwań, łączące)
- BIP
- osoby  
portfolio (np. prezentacja wydawnictw etc.)
- interaktywny plan
- timeline
- wyświetlanie książki/artykułu w formacie html (typografia, skład tekstu)
- moduł prezentacji wystawy głównej i zbiorów (szczegółowo opisany powyżej; uwaga, ocena koncepcji tego elementu jest jednym z kryteriów oceny oferty)

Elementy:

- accordion (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/accordion/>)
- blurb (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/blurbs/>)
- call to action (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/call-to-action/>)
- formularz kontaktowy
- subskrypcja
- formularz rejestracyjny na wydarzenie
- osoba (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/person/>)
- social media follow
- taby (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/tabs/>)
- cytat (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/testimonial/>)
- toggle (<http://www.elegantthemes.com/preview/Divi/toggles/>)
- logotypy
- tabela
- plik do pobrania
- wszystkie hovers
- loader (loadery?)
- wyświetlanie pedeeffa (Almanach Warszawy, inne publikacje) – zamawiający proponuje użycie gotowej wtyczki, przy założeniu że da się całkowicie dostosować do projektu graficznego strony i zasad identyfikacji wizualnej
- zestaw ikon

### II.1.4 Inspiracje

Przy każdym przykładzie dopisano, na jaki element/funkcjonalność warto zwrócić uwagę. W żadnym wypadku nie należy się sugerować projektem graficznym tych przykładów – chodzi wyłącznie o



rozwiązania nawigacyjne oraz technologiczne. Także – nie strony jako całości, często patrząc na całość niektóre są średnio udane – ale właśnie na poszczególne, wyselekcjonowane rozwiązania. Link czasem prowadzi nie do strony głównej, tylko bezpośrednio do podstrony, na której zastosowano interesujące rozwiązanie. Wzięto pod uwagę głównie branżę muzealną i szerzej kulturalną, ale są wyjątki.

Lista ma wyłącznie charakter inspiracyjny. Poniższy wybór został dokonany spośród około 300 przeanalizowanych witryn internetowych, w tym wszystkich laureatów nagród Webby w podobnych kategoriach.

- Strona główna z dynamicznymi treściami promowanymi: przykład bardziej nieortodoksyjny (<https://www.rijksmuseum.nl/en>)
- i bardziej tradycyjny (<http://www.mountvernon.org>). Drugi przypadek szczególnie interesujący ze względu na dobry sposób ogarnięcia sporej ilości treści – ta strona jest bardzo „głęboka”, mimo to po wejściu na główną nie ma wątpliwości, co jest ważne a co mniej. Bardziej odważny sposób tutaj (przy czym trzeba wziąć pod uwagę, że muzea sztuki mają lepsze możliwości ogywania pewnych tematów graficznie): <http://www.vangoghmuseum.nl/en/> (koniecznie opcja Inspiration from Japan ----> „read full story”, czyli slajdowisko).
- <http://www.queenslandballet.com.au/> - ciekawe wykorzystanie infoikon, świetne filtrowanie treści głębiej
- <http://brandts.dk/en/> - układ wspierający responsywność, strona aż się prosi o otwarcie na tablecie; przykład: zakładka wystawy (<http://brandts.dk/en/udstilling/>), ruch jest płynny.
- <http://sfarts.org/> - treść promowana plus filtrowanie kalendarza
- <http://www.harvardartmuseums.org/> - doładowywanie treści, być może inspiracja do layoutu „portfoliowego”.
- Bardziej „barokowy” przykład tutaj: <http://www.habib-fadel.com/en/artwork/>.
- <http://www.laregiondesmusees.fr/> - agregacja treści
- <http://lib.byu.edu/> - bardzo klasyczny, wręcz zachowawczy design – ale dzięki temu jesteśmy jedno-dwa kliknięcia od wszystkich najważniejszych treści
- <http://blog.cmoa.org/> - rozsądna i intuicyjna architektura informacji
- <http://www.mintmuseum.org/> - jak można sobie w miarę rozsądnie poradzić z pomieszczeniem dużej ilości treści w menu; kalendarz wydarzeń
- <http://hoovermason.com/#/signs> - interaktywny plan
- <http://www.anita-gelato.com/> - płynność doładowywania treści i scrollowania

---

Muzeum Warszawy  
Rynek Starego Miasta 28-42, 00-272 Warszawa  
tel. (+48) 22 635 16 25 / fax (+48) 22 831 94 91  
[www.muzeumwarszawy.pl](http://www.muzeumwarszawy.pl) / [sekretariat@muzeumwarszawy.pl](mailto:sekretariat@muzeumwarszawy.pl)



- <http://www.operaballet.nl/en/ballet/ballet> - organizacja nawigacji (boczne plus dolne menu)
- <http://www.citymuseum.org/visit/> - bardzo dobra strona i wskazówki dla zwiedzających; wciągający slider
- <http://www.rmg.co.uk/national-maritime-museum> - cztery muzea i spinająca wszystko rama nawigacji i stopki
- <http://2013.buildconf.com/> - bardzo nieortodoksyjny sposób na poradzenie sobie z dużą ilością danych schedulowo-kalendarzowych
- <http://www.cvc1659.co.za/> - ciekawy sposób zarządzania treścią
- <http://www.suavia.it/> - cała strona za jednym ładowaniem, promowane treści w slajderze
- <https://centurion-magazine.com/calendar> - kalendarz i wyróżnianie niektórych treści w kalendarzu
- <http://mnk.pl/> - 11 lokalizacji spiętych w jednej stronie; ogólnie ciekawy pomysł na architekturę treści

## II.1.6 Integracje API

Integracja z systemem Iksoris – synchronizacja kalendarza, system pakietowania wydarzeń (podpowiedzi), synergia między oddziałami i siedzibą główną, płatności online (szybkie przelewy, PayPal, karta), rozszerzenie o wszystkie rezerwacje, które obecnie odbywają się za pomocą wbudowanych narzędzi Wordpressa (wykłady w CIZie, niektóre wydarzenia na Pradze etc.).

Integracja z platformą e-marketingową Freshmail na podstawowym poziomie (rejestracja odbiorcy newslettera).

## III. Realizacja projektu

### III.1 Komunikacja zleceniodawca/zleceniobiorca

#### III.1.1 Trello/oprogramowanie równoważne

Komunikacja pomiędzy zamawiającym a wykonawcą na poziomie przekazywania uwag/przydzielania zadań odbywa się za pomocą oprogramowania Trello bądź równoważnego (do ustalenia na etapie realizacji), w celu uniknięcia w miarę możliwości komunikacji mailowej.

#### III.1.2 Osoby kontaktowa ze strony zamawiającego

Ze strony zamawiającego zostaną wyznaczone dwie osoby kontaktowe: jedna do spraw koordynacji całego projektu i druga do spraw projektu graficznego. Będą to jedyne osoby ze strony zamawiającego komunikujące się z wykonawcą.

### III.2 Umowa serwisowa

Usługi serwisowe dla całości rozwiązania zapewnione zostaną na okres 6 miesięcy od daty uruchomienia wersji produkcyjnej nowej strony www muzeum na serwerze wskazanym przez zamawiającego i będą regulowane oddzielną umową. Serwis obejmie usługi serwisowe związane z obsługą zgłoszeń zamawiającego w trybie 8h/5d. Zgłoszenia odbywać się będą drogą mailową, do zgłaszania zidentyfikowanych problemów oraz modyfikacji zamawiający upoważni swoich wybranych pracowników.

Wymagania zamawiającego w zakresie parametrów świadczenia usługi serwisowej, czasy serwisowe liczone są od momentu wysłania zgłoszenia przez zamawiającego:

Działanie serwisowe	Czas (w godzinach dni roboczych)
Przystąpienie do usuwania awarii poważnej (czas reakcji)	4
Przystąpienie do usuwania awarii pozostałych (czas reakcji)	16
Przystąpienie do wprowadzania modyfikacji	40

Przez sformułowanie „awaria poważna“ zamawiający rozumie taką awarię, wskutek której strona internetowa muzeum jest całkowicie niedostępna dla użytkowników lub nastąpiło poważne obniżenie jego wydajności.

Rozliczanie umowy serwisowej będzie następowało w trybie comiesięcznym, na bazie rachunku wystawianego przez wykonawcę.

---

Muzeum Warszawy  
Rynek Starego Miasta 28-42, 00-272 Warszawa  
tel. (+48) 22 635 16 25 / fax (+48) 22 831 94 91  
[www.muzeumwarszawy.pl](http://www.muzeumwarszawy.pl) / [sekretariat@muzeumwarszawy.pl](mailto:sekretariat@muzeumwarszawy.pl)



Projekt pn. „Modernizacja, konserwacja oraz digitalizacja obiektów zabytkowych siedziby głównej Muzeum Warszawy przy Ryнку Starego Miasta w Warszawie”, realizowany w ramach Programu „Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego”. Wsparcie udzielone z funduszy norweskich i funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii, oraz środków krajowych.