



Numer sprawy WO-ZP.2311.1.2017

ZMIENIONY Załącznik Nr 1 do SIWZ

PRZETARG NIEOGRANICZONY

na

**usługę organizacji kampanii informacyjno-promocyjnej
Krajowego Funduszu Szkoleniowego**

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

(S O P Z)

Przedmiot zamówienia:

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Krajowego Funduszu Szkoleniowego:

1. Opracowanie kreacji kampanii informacyjno-promocyjnej.
2. Przygotowanie graficzne i redakcyjne materiałów informacyjno-promocyjnych.
3. Zakup usług publikacji/emisji w/w materiałów informacyjno-promocyjnych w mediach.
4. Publikacja/emisja materiałów informacyjno-promocyjnych w mediach.
5. Przedstawienie Zamawiającemu raportu z przeprowadzonej kampanii.

I. Cele i założenia kampanii dot. Krajowego Funduszu Szkoleniowego

- Kampania informacyjno-promocyjna ma na celu promocję Krajowego Funduszu Szkoleniowego jako źródła informacji na temat możliwości finansowania kształcenia w zakresie dopasowania kompetencji pracodawców i pracowników do wymagań dynamicznie zmieniającej się gospodarki.
- Kampania informacyjno-promocyjna ma w sposób kompleksowy, spójny i atrakcyjny promować i zachęcać do podejmowania działań zmierzających do podniesienia kwalifikacji pracowników, oferowanych przez Krajowy Fundusz Szkoleniowy.
- Celem kampanii informacyjno-promocyjnej jest ukazanie pracodawcom korzyści w związku z inwestycją w potencjał kadrowy firmy.
- Kampania informacyjno-promocyjna ma w przystępny sposób przekazać zarówno pracodawcom jak i pracownikom niezbędne informacje dotyczące zgłoszenia chęci skorzystania z możliwości szkoleniowych i pozyskania odpowiednich środków finansowych z Krajowego Funduszu Szkoleniowego.
- Kampania informacyjno-promocyjna ma zachęcić pracowników do zainteresowania się tematem podnoszenia kwalifikacji i podjęcia działań zmierzających do zapewnienia możliwości kształcenia przez pracodawcę.
- Kampania ma na celu budowanie pozytywnego wizerunku Publicznych Służb Zatrudnienia.
- W trakcie przygotowywania kampanii informacyjno-promocyjnej należy przestrzegać podstawowych zasad komunikowania, tj.: wiarygodność informacji, obiektywizm, praktyczność, przystępność, łatwość identyfikacji, dostępność.

1.1 Do głównych założeń zmian, do jakich ma prowadzić kampania zalicza się:

- Przekonanie podkarpackich pracodawców do istoty stwarzania pracownikom możliwości podnoszenia kwalifikacji i kształcenia się.
- Kształtowanie wiedzy na temat funkcjonowania Krajowego Funduszu Szkoleniowego oraz możliwości oferowanych pracodawcom i pracownikom.

1.2 Grupy docelowe

Kampania będzie kierowana do pracodawców oraz do pracowników.

1.3 Zasięg kampanii informacyjno-promocyjnej

Zasięg kampanii informacyjno-promocyjnej: województwo podkarpackie.

1.4 Dodatkowe informacje o KFS

Więcej na temat KFS:

<http://wuprzeszow.praca.gov.pl/dla-pracodawcow-i-przedsiębiorcow/podnoszenie-kompetencji-i-kwalifikacji-pracowników-i-kandydatów-do-pracy/krajowy-fundusz-szkoleniowy>

II. Opracowanie kreacji kampanii informacyjno-promocyjnej

2.1 Przygotowanie jednolitej oprawy graficznej i informacyjnej kampanii

Przygotowanie jednolitej oprawy graficznej i informacyjnej z wykorzystaniem informacji o celach i założeniach przedstawionych przez Zamawiającego, a także materiałów dostarczonych przez Zamawiającego (logotypy, wstępna treść) oraz np. rysunków, grafik, lektorów, zdjęć wykonanych przez Wykonawcę dla wskazanej grupy docelowej w różnych formatach, dostosowanych do wybranych materiałów informacyjno-promocyjnych, nośników, mediów oraz działań zaplanowanych w kampanii przez Zamawiającego.

Zadania dla Wykonawcy:

- Przedstawienie **w terminie do 21 dni kalendarzowych od daty podpisania umowy** min. 3 różnych projektów kreacji kampanii.
- Naniesienie poprawek i uwag Zamawiającego **w ciągu 3 dni roboczych od dnia wybrania koncepcji przez Zamawiającego.**
- Projekt kreacji wymaga akceptacji Zamawiającego.
- Na podstawie zaakceptowanej przez Zamawiającego kreacji, pomysłu Wykonawcy na kampanię przedstawienie harmonogramu działań oraz wizualizacji poszczególnych elementów, które uwzględnił Zamawiający.

III. Przygotowanie graficzne i redakcyjne materiałów informacyjno-promocyjnych oraz zakup mediów.

3.1 Opracowanie i przygotowanie graficzne i redakcyjne reklamy w formie billboardu internetowego do publikacji na portalach internetowych.

Przygotowanie graficzne i redakcyjne billboardu reklamowego

Wkład merytoryczny do reklamy zostanie przekazany przez Zamawiającego. Grafika i styl billboardu musi komponować się z całością kreacji kampanii.

Wykonawca winien przygotować 21 odsłon billboardu, po jednej dla każdego powiatu. Ogólny zarzys billboardu winien być taki sam dla wszystkich powiatów. Jednakże poszczególne powiaty winny mieć dodatkową personalizację w postaci treści/grafiki wskazującej na dany powiat.

Narzędzie:

Billboard internetowy o wymiarach: 750x100 pikseli lub inny wymiar zbliżony do podanego, który będzie akceptowany przez dany portal, na którym będzie zamieszczana reklama (Wykonawca zobowiązany jest do poinformowania Zamawiającego o powyższej sytuacji i uzyskania jego akceptacji do zamieszczenia reklamy na innym niż w/w wymiar). Billboard internetowy winien być wyświetlany w formie stałej. Jeżeli na stronie internetowej zaakceptowanej przez Zamawiającego nie będzie możliwości umieszczenia billboardu internetowego w formie stałej wtedy za zgodą Zamawiającego billboard internetowy winien być zamieszczony w formie odsłonowej. Minimalna ilość odsłon: 4 w ciągu 1 minuty. Billboard internetowy ma być publikowany 24 godziny na dobę.

Parametry techniczne:

Waga: co najmniej 30 kB (maksymalnie – do rozmiarów dopuszczalnych przez medium) Dopuszczalny format: .JPG.

Miejsce umieszczenia na portalu: billboard internetowy winien zostać umieszczony w górnej lub centralnej, ale widocznej w pierwszym kontakcie wzrokowym, części strony internetowej. Kliknięcie w billboard internetowy ma powodować automatyczne przeniesienie do wskazanej przez Zamawiającego strony internetowej. Billboard internetowy umieszczony na stronie internetowej danego powiatu, powinien automatycznie przenosić do strony przedmiotowego powiatowego urzędu pracy. I tak np. jeżeli na stronie internetowej publikowane są wydarzenia z powiatu jarosławskiego, to zamieszczony na niej billboard internetowy winien automatycznie przenosić na stronę Powiatowego Urzędu Pracy w Jarosławiu. Adresy stron internetowych Zamawiający wskaże po podpisaniu umowy. Każde kliknięcie w billboard internetowy ma być rejestrowane w statystykach i przedstawione w raporcie końcowym.

Tematyka materiału reklamowego:

Billboard internetowy swoją formą powinien zainteresować, zaciekawić i zwrócić uwagę odbiorcy. Forma graficzna powinna być spójna z kreacją kampanii zaakceptowaną przez Zamawiającego. Informacje, dane i inne materiały niezbędne do przygotowania treści reklamy przekazuje Zamawiający.

Zadania dla Wykonawcy:

- opracowanie ostatecznej wersji billboardu (w tym 21 odsłon), **nie później niż 4 dni** kalendarzowe po zaakceptowaniu przez Zamawiającego kreacji kampanii. Billboard podlega zatwierdzeniu przez Zamawiającego.
- przekazania zaakceptowanego billboardu w formie elektronicznej, w min. 3 formatach (w tym 2 edytowalnych) uzgodnionych z Zamawiającym.

Wymagania dotyczące portali internetowych, na których zamieszczony zostanie billboard internetowy:

- charakterystyka portali internetowych:
 - każdy z zaproponowanych przez Wykonawcę portali internetowych powinien być zarejestrowany w sądzie jako dziennik lub czasopismo,
- billboard internetowy publikowany będzie na:
 - 26 portalach internetowych łącznie, w tym na 3 portalach w powiecie rzeszowskim, na 2 w powiecie: krośnieńskim, przemyskim i tarnobrzeskim, w pozostałych powiatach po 1 portalu,
 - Portalach internetowych, których zakres tematyczny powinien obejmować:
 - regionalne lub/i lokalne informacje z miast/gmin województwa podkarpackiego, bieżące wydarzenia, informacje z zakresu kultury, sportu, rozrywki, polityki, samorządu, biznesu, gospodarki, ekonomii, oświaty, rynku pracy itp.,

- reportaże, artykuły, felietony, relacje itp.,
- fotoreportaże lub/i relacje wideo,
- portale internetowe, na których będą umieszczane billboardy internetowe winny posiadać największą liczbę odsłon wśród portali działających w danym powiecie.

Minimalne wymagania dotyczące odwiedzin portali internetowych, na których będą umieszczane billboardy internetowe (dane statystyczne powinny obejmować I półrocze 2016 r.)

- unikalni użytkownicy: min. 10 tys./m-c,
- wizyty: min. 20 tys./m-c,
- odsłony: min. 40 tys

Billboard internetowy publikowany będzie w sposób ciągły przez okres nie krótszy niż 30 dni kalendarzowych. Termin publikacji wymaga akceptacji Zamawiającego. Jeżeli po podpisaniu umowy, liczba dni na realizację kampanii w zakresie przygotowania projektu billboardu internetowego i jego publikację na portalach internetowych przez okres nie krótszy niż 30 dni kalendarzowych będzie niewystarczająca to Zamawiający dopuszcza zmianę okresu publikacji billboardu internetowego na okres np. 2 tygodni, przy czym ilość portali internetowych, na których będzie billboard internetowy publikowany zostanie proporcjonalnie zwiększona.

4.1 Produkcja i emisja spotu radiowego

Przygotowanie spotu radiowego z wykorzystaniem lektora lub lektorów, podkładu muzycznego lub dźwięków nawiązujących do kreacji kampanii. Treści, które będą zamieszczone w spocie zostaną opracowane przy współpracy Wykonawcy i Zamawiającego.

Zadania dla Wykonawcy:

- opracowanie ostatecznej wersji spotu radiowego o czasie trwania 30 sek., **nie później niż 5 dni** roboczych po zaakceptowaniu przez Zamawiającego kreacji kampanii. Spot radiowy wymaga zatwierdzenia przez Zamawiającego.
- przekazania zaakceptowanego spotu w formie elektronicznej, w min. 2 formatach uzgodnionych z Zamawiającym.
- emisja opracowanego spotu radiowego w radiu komercyjnym, które obejmuje swoim zasięgiem min. 60% woj. Podkarpackiego oraz w radiu regionalnym (komercyjnym lub niekomercyjnym) obejmującym swoim zasięgiem min 80% woj. Podkarpackiego. Radiostacje winny przekazywać słuchaczom informacje w większości z woj. podkarpackiego. Słuchalność poszczególnych radiostacji, w których będzie emitowany spot winna osiągać wskaźnik min. 5% na Podkarpaciu. Radiostacje, w których spot będzie emitowany Wykonawca uzgodni z Zamawiającym.
- spot będzie emitowany w przez okres 1 tygodnia (w każdym radiu), 10 razy w ciągu dnia. Łącznie spot będzie emitowany 140 razy (70 razy w radiu komercyjnym i 70 razy w radiu regionalnym). Termin i godziny emisji spotu radiowego w poszczególnych radiostacjach Wykonawca uzgodni z Zamawiającym.
- **dodatkowe emisje** spotu informacyjnego w **radiu komercyjnym** oraz **dodatkowe emisje** spotu informacyjnego w **radiu regionalnym**, powyżej minimum określonego przez Zamawiającego, są kryteriami oceny ofert, o których mowa w pkt XIV *Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia*. Terminy emisji poszczególnych spotów zostaną uzgodnione przez Strony po zawarciu umowy, z zastrzeżeniem, że przedmiot zamówienia w całości wraz z przekazaniem raportu końcowego w formie papierowej i elektronicznej będzie wykonany w terminie do **15 grudnia 2017** roku.

IV. Przedstawienie Zamawiającemu raportu z przeprowadzonej kampanii.

Zadania dla Wykonawcy:

- przygotowanie raportu z prowadzonej kampanii. Raport winien zawierać opis i realizację poszczególnych działań.
- przekazanie Zamawiającemu raportu w wersji papierowej i elektronicznej.
- Raport winien być przedstawiony przez Wykonawcę do 5 dni po zakończeniu wszystkich działań promocyjno-informacyjnych obejmujących niniejszą kampanię.

V. Terminy realizacji

Zamawiający wymaga, żeby zamówienie w całości zostało wykonane w terminie nie później niż **15 grudnia 2017** roku, włącznie z dodatkowymi emisjami spotu informacyjnego w *radiu komercyjnym* oraz dodatkowymi emisjami spotu informacyjnego w *radiu regionalnym*, jeżeli Wykonawca zaoferuje takie w ofercie, oraz z przekazaniem raportu końcowego w formie papierowej i elektronicznej.

VI. Autorskie prawa

1. Wykonawca oświadcza, iż przysługują mu do przedmiotu zamówienia, z wyjątkiem materiałów dostarczonych przez Zamawiającego, wyłączne prawa autorskie oraz zapewnienia, że przedmiot zamówienia nie jest obciążony żadnymi roszczeniami i prawami osób trzecich.
2. Wykonawca nie ma prawa do korzystania i udostępniania przedmiotu zamówienia jakiegokolwiek osobie prawnej lub fizycznej.
3. Wykonawca oświadcza, iż przeniesie autorskie prawa majątkowe do przedmiotu zamówienia, z chwilą jego dostarczenia, na Zamawiającego na wszystkich polach eksploatacji, w szczególności:
 - 1) zwielokrotnienia za pomocą, druku, technik reprograficznych, filmu, zapisu magnetycznego, nośnika elektronicznego, nośnika cyfrowego,
 - 2) rozpowszechniania w kraju i za granicą,
 - 3) użyczenia, najmu,
 - 4) wprowadzenia do pamięci komputera,
 - 5) publicznego udostępniania w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp, w miejscu i czasie przez siebie wybranym.
4. Wynagrodzenie Wykonawcy za wykonanie przedmiotu zamówienia obejmuje również opłatę za przeniesienie autorskich praw majątkowych na Zamawiającego.
5. Zamawiający będzie uprawniony do wykorzystywania przedmiotu zamówienia, w tym poszczególnych jego części we wszystkich swoich działaniach w jakikolwiek sposób dopuszczony prawem.
6. Wykonawca zezwala Zamawiającemu na wykonywanie zależnych praw autorskich przedmiotu zamówienia, jak też upoważnia Zamawiającego do zlecenia osobom trzecim wykonywania zależnych praw autorskich w tym zwłaszcza dokonywania zmian i modyfikacji.

VII. Warunki płatności

1. Płatność wynagrodzenia nastąpi na podstawie prawidłowo wystawionej faktury, po wykonaniu przedmiotu umowy.
2. Podstawą do wystawienia faktury przez Wykonawcę będzie podpisany protokół odbioru, wystawiony przez Zamawiającego.

3. Faktura będzie wystawiana na:

- 1) Nabywcę: Województwo Podkarpackie, Al. Łukasza Cieplińskiego 4, 35-010 Rzeszów
NIP: 813-33-15-014
- 2) Odbiorcę: Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie, ul. płk. Leopolda Lisa Kuli 20,
35-025 Rzeszów.

Z up. DYREKTORA

Maciej Karasiński

Wicedyrektor Wojewódzkiego Urzędu Pracy