



Fundusze Europejskie

 **Śląskie.**



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA
na realizację zamówienia
o wartości szacunkowej nie przekraczającej wyrażonej w złotych
równowartości kwoty z art. 11 ust. 8 ustawy Prawo zamówień publicznych

Nr PN/3/18

**Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER
w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach**

Zamawiający oczekuje, że Wykonawcy zapoznają się dokładnie z treścią niniejszej SIWZ. Wykonawca ponosi ryzyko niedostarczenia wszystkich wymaganych informacji i dokumentów, oraz przedłożenia oferty nieodpowiadającej wymaganiom określonym przez Zamawiającego.

Katowice, dnia 21 maja 2018 r.

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA **postępowania PN/3/18 zawiera**

Rozdział I - Instrukcja dla Wykonawców;

Rozdział II - Opis przedmiotu zamówienia;

Rozdział III – Formularz ofertowy i inne wzory dokumentów dla Wykonawców:

- | | |
|------------------|--|
| – załącznik Nr 1 | - formularz ofertowy |
| – załącznik Nr 2 | - oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia |
| – załącznik Nr 3 | - oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu |
| – załącznik Nr 4 | - projekt umowy |
| – załącznik Nr 5 | - oświadczenie Wykonawcy wynikające z art. 24 ust. 11 do ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Pzp w sprawie przynależności do grupy kapitałowej |
| – załącznik Nr 6 | - wykaz wykonanych usług wraz z dowodami należytego ich wykonania |
| – załącznik Nr 7 | - wykaz osób uczestniczących w realizacji zamówienia |
| – załącznik Nr 8 | - próbka tekstu podlegającego ocenie wg kryterium „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu” |

Rozdział I

Instrukcja dla Wykonawców

1. NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Wojewódzki Urząd Pracy

adres: ul. Kościuszki 30

40-048 Katowice

tel: 32 757 33 60

fax: 32 757 33 62

e-mail: wup@wup-katowice.pl

<http://www.wup-katowice.pl>

<http://wup.katowice.ibip.pl>

NIP Województwa Śląskiego 954-277-00-64

2. INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI ORAZ PRZEKAZYWANIA OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW, A TAKŻE WSKAZANIE OSÓB UPRAWNIONYCH DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI

2.1. Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzi się:

2.1.1. z zachowaniem formy pisemnej,

2.1.2. w języku polskim

2.2. Zamawiający ustala sposób porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami z zachowaniem formy pisemnej.

2.2.1. Oświadczenia, wnioski, wezwania, zawiadomienia, wyjaśnienia oraz informacje przekazywane pomiędzy Zamawiającym i Wykonawcą/Wykonawcami mogą być przekazywane za pośrednictwem faksu lub poczty elektronicznej (w formie pliku PDF lub doc. na adres wskazany w pkt. 1, z zastrzeżeniem ppkt. 2.2.2. SIWZ. Zamawiający przekazuje informacje za pośrednictwem faksu lub poczty elektronicznej. Zawsze dopuszczalna jest forma pisemna, z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych w ustawie PZP.

2.2.2. Forma pisemna zastrzeżona jest dla składania oferty wraz z załącznikami, w tym oświadczeń i dokumentów potwierdzających spełnienie warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw wykluczenia, a także pełnomocnictw.

2.2.3. Jeżeli Zamawiający lub Wykonawca przekazują oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje za pośrednictwem faksu lub przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, każda ze stron na żądanie drugiej strony niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.

2.2.4. W przypadku braku potwierdzenia otrzymania wiadomości przez Wykonawcę, Zamawiający domniema, iż pismo wysłane przez Zamawiającego na numer faksu lub na adres poczty elektronicznej wskazany w ofercie zostało mu doręczone w sposób, który umożliwił Wykonawcy zapoznanie się z treścią pisma.

Oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje uważa się za złożone w terminie, jeżeli ich treść dotarła do adresata przed upływem terminu.

- 2.3. Osobami uprawnionymi do kontaktów z Wykonawcami są:
Anna Galon
Romana Hachuła

w godzinach od 8:00 – 15:00 od poniedziałku do piątku

3. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1579 z późn. zm.) zwanej w dalszej części SIWZ ustawą Pzp.

4. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest usługa zaplanowania, przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej informującej o możliwościach wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (PO WER) w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia zamieszczony został w Rozdziale II niniejszej specyfikacji.

4.1. Wspólny Słownik Zamówień:

79342200-5 Usługi w zakresie promocji

5. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA:

Zamówienie należy zrealizować w terminie od dnia podpisania umowy do dnia 15 grudnia 2018 r.

6. OPIS WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ PODSTAWY WYKLUCZENIA, O KTÓRYCH MOWA W ART. 24 UST.5

6.1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:

6.1.1. nie podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 24 ust. 1 oraz art. 24 ust. 5 ustawy PZP.

6.1.2. spełniają warunki udziału w postępowaniu określone przez Zamawiającego w pkt. 6.2 zgodnie z art. 22 ust. 1 w związku z art. 22 ust. 1b ustawy PZP.

6.2. Warunki udziału w postępowaniu dotyczą:

6.2.1. kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów:

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

6.2.2. sytuacji ekonomicznej i finansowej:

Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

6.2.3. zdolności technicznej lub zawodowej:

Zamawiający uzna spełnienie warunku jeżeli Wykonawca:

1) wykaże, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał należycie, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje należycie, co najmniej 1 usługę polegającą na realizacji kampanii reklamowej/promocyjnej* w Internecie o wartości co najmniej 100 tys. zł**.

*za **kampanię reklamową** Zamawiający uznaje wyłącznie zespół działań marketingowych, obejmujący: stworzenie koncepcji kreatywnej, zaplanowanie i zakup mediów, zaprojektowanie materiałów oraz ich emisję w mediach.

** jeśli usługa obejmowała również inne elementy, należy podać tylko wartość realizacji kampanii reklamowej/promocyjnej w Internecie rozumianej zgodnie z powyższą definicją.

Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku:

Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie wykazu zawierającego usługi wykonane w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert bądź wykonywane nadal, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, odpowiadające w/w przedmiotowi zamówienia, z podaniem:

nazwy jednostki dla której była świadczona usługa, przedmiotu kampanii reklamowej/promocyjnej, daty wykonania usługi, wartości oraz załączeniem dokumentu lub dokumentów potwierdzających, że usługi wymienione w wykazie zostały wykonane lub są wykonywane należycie (np. referencje). W przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

Faktura VAT (jako dokument potwierdzający należyte wykonanie usługi) wystawiona przez Wykonawcę w ramach danej usługi wskazanej w wykazie usług zrealizowanych, nie będzie brana pod uwagę przez Zamawiającego. Sam dokument faktury, bez żadnych dodatkowych informacji na temat należytego wykonania, nie może ze swej istoty tego faktu potwierdzać. Z tego dokumentu nie

wynika chociażby, że zamówienie zostało wykonane w terminie, a na Wykonawcę nie nałożono kar umownych czy potrąceń.

Dokumenty potwierdzające należyte wykonanie powinny zostać przedstawione w formie oryginału lub czytelnej kserokopii poświadczonej „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną do występowania w imieniu Wykonawcy.

1)wykaże, iż dysponuje:

- 1 osobą proponowaną jako **koordynator zadania** - posiadającą wykształcenie wyższe, posiadającą doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w koordynacji realizacji co najmniej 2 kampanii reklamowych* przeprowadzonych co najmniej w Internecie;
- 1 osobą proponowaną jako **specjalista ds. content marketingu/copywriter/dziennikarz** – posiadającą wykształcenie wyższe, posiadającą doświadczenie w tworzeniu artykułów o tematyce dotyczącej FE (programów unijnych), tj. stworzyła w okresie ostatnich trzech lat przed upływem składania ofert min. 4 teksty w w/w tematyce, które zostały wydane/ opublikowane w Internecie lub w wydaniach ciągłych (ISSN) lub zwartych (ISBN)
- 1 osobą proponowaną jako **grafik** – posiadającą wykształcenie wyższe, posiadającą doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w projektowaniu koncepcji kreatywnej dla co najmniej 2 kampanii reklamowych* przeprowadzonych co najmniej w Internecie;
- 1 osobą proponowaną jako **specjalista ds. kampanii internetowej** –posiadającą doświadczenie w planowaniu i realizacji działań reklamowych w social media na potrzeby co najmniej 2 kampanii reklamowych, przeprowadzonych co najmniej w Internecie.

*za **kampanię reklamową** Zamawiający uznaje wyłącznie zespół działań marketingowych, obejmujący: stworzenie koncepcji kreatywnej, zaplanowanie i zakup mediów, zaprojektowanie materiałów oraz ich emisję w mediach.

Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku:

Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie załączonego do oferty wykazu zawierającego imię i nazwisko osób, które będą uczestniczyć w realizacji zamówienia jako:

- koordynator zadania wraz z podaniem wykształcenia, daty realizacji kampanii, przedmiotu kampanii, nazwy zleceniodawcy na rzecz, którego była wykonana.
- specjalista ds. content marketingu/copywriter/dziennikarz wraz z podaniem wykształcenia, tytułów artykułów oraz daty i tytuły publikacji wydawnictw ciągłych (ISSN) lub zwartych (ISBN) lub nazw serwisów /stron internetowych na których się ukazały.
- grafik wraz z podaniem wykształcenia, daty realizacji kampanii, przedmiotu kampanii, nazwy zleceniodawcy na rzecz, którego była wykonana.

- specjalista ds. kampanii internetowej wraz podaniem daty realizacji kampanii, przedmiotu kampanii, nazwy zleceniodawcy na rzecz, którego była wykonana.

Niewykazanie spełnienia w/w warunków skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12 ustawy Pzp.

6.3. Przesłanki wykluczenia Wykonawców z postępowania na podstawie art. 24 ust 5:

6.3.1. Z postępowania o udzielenie zamówienia Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę:

- 6.3.1.1. w stosunku do którego otwarto likwidację, w zatwierdzonym przez sąd układzie w postępowaniu restrukturyzacyjnym jest przewidziane zaspokojenie wierzycieli przez likwidację jego majątku lub sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 332 ust. 1 ustawy z dnia 15 maja 2015 r. – Prawo restrukturyzacyjne (Dz. U. z 2015 r. poz. 978, 1259, 1513, 1830 i 1844 oraz z 2016 r. poz. 615) lub którego upadłość ogłoszono, z wyjątkiem wykonawcy, który po ogłoszeniu upadłości zawarł układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego, chyba że sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 366 ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. – Prawo upadłościowe (Dz. U. z 2015 r. poz. 233, 978, 1166, 1259 i 1844 oraz z 2016 r. poz. 615);
- 6.3.1.2. który w sposób zawiniony poważnie naruszył obowiązki zawodowe, co podważa jego uczciwość, w szczególności gdy wykonawca w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa nie wykonał lub nienależycie wykonał zamówienie, co zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą stosownych środków dowodowych;
- 6.3.1.3. jeżeli wykonawca lub osoby, o których mowa w ust. 1 pkt 14, uprawnione do reprezentowania wykonawcy pozostają w relacjach określonych w art. 17 ust. 1 pkt 2–4 z:
 - a)zamawiającym,
 - b)osobami uprawnionymi do reprezentowania zamawiającego,
 - c)członkami komisji przetargowej,
 - d)osobami, które złożyły oświadczenie, o którym mowa w art. 17 ust. 2a– chyba że jest możliwe zapewnienie bezstronności po stronie zamawiającego w inny sposób niż przez wykluczenie wykonawcy z udziału w postępowaniu;
- 6.3.1.4 który, z przyczyn leżących po jego stronie, nie wykonał albo nienależycie wykonał w istotnym stopniu wcześniejszą umowę w sprawie zamówienia publicznego lub umowę koncesji, zawartą z zamawiającym, o którym mowa w art. 3 ust. 1 pkt 1–4, co doprowadziło do rozwiązania umowy lub zasądzenia odszkodowania;
- 6.3.1.5. będącego osobą fizyczną, którego prawomocnie skazano za wykroczenie przeciwko prawom pracownika lub wykroczenie przeciwko środowisku, jeżeli za

jego popełnienie wymierzono karę aresztu, ograniczenia wolności lub karę grzywny nie niższą niż 3000 złotych;

6.3.1.6. jeżeli urzędującego członka jego organu zarządzającego lub nadzorczego, wspólnika spółki w spółce jawnej lub partnerskiej albo komplementariusza w spółce komandytowej lub komandytowo-akcyjnej lub prokurenta prawomocnie skazano za wykroczenie, o którym mowa w pkt 5;

6.3.1.7. wobec którego wydano ostateczną decyzję administracyjną o naruszeniu obowiązków wynikających z przepisów prawa pracy, prawa ochrony środowiska lub przepisów o zabezpieczeniu społecznym, jeżeli wymierzono tą decyzją karę pieniężną nie niższą niż 3000 złotych;

6.3.1.8. który naruszył obowiązki dotyczące płatności podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, co zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą stosownych środków dowodowych, z wyjątkiem przypadku, o którym mowa w ust. 1 pkt 15, chyba że wykonawca dokonał płatności należnych podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłaty tych należności.

6.4. Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę na każdym etapie postępowania o udzielenie zamówienia.

6.5. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu, w stosownych sytuacjach oraz w odniesieniu do konkretnego zamówienia, lub jego części, polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych lub sytuacji finansowej lub ekonomicznej innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych. Wykonawca w takiej sytuacji musi udowodnić Zamawiającemu, że realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów, w szczególności przedstawiając zobowiązanie tych podmiotów do oddania do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia.

6.6. W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, Wykonawcy mogą polegać na zdolnościach innych podmiotów, jeśli podmioty te zrealizują usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.

6.7. Zamawiający ocenia, czy udostępniane Wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe pozwalają na wykazanie przez wykonawcę spełnienia warunków udziału w postępowaniu oraz bada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt. 13-22 i ust. 5 ustawy PZP.

6.8. Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe podmiotu, o którym mowa w pkt. 6.6. SIWZ, nie potwierdzają spełnienia przez Wykonawcę warunków udziału w postępowaniu lub zachodzą wobec tych podmiotów podstawy wykluczenia, Zamawiający żąda, aby Wykonawca w terminie określonym przez Zamawiającego:

- a) zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami;
- b) zobowiązał się do osobistego wykonania odpowiedniej części zamówienia, jeżeli wykaże zdolności techniczne lub zawodowe, o których mowa powyżej.

6.9. Jeżeli Wykonawca polegać będzie na zdolnościach technicznych lub zawodowych innych podmiotów (udostępnienie zasobów), Zamawiający w celu oceny, czy wykonawca polegając na zdolnościach innych podmiotów na zasadach określonych w art. 22a ustawy PZP, będzie dysponował niezbędnymi zasobami w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia publicznego oraz oceny, czy stosunek łączący wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów, wymaga złożenia dokumentu/dokumentów, które określają w szczególności:

- zakres dostępnych wykonawcy zasobów innego podmiotu,
- sposób wykorzystania zasobów innego podmiotu, przez wykonawcę, przy wykonywaniu zamówienia publicznego,
- zakres i okres udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego.
- czy podmiot, na zdolnościach którego wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje usługi, których wskazane zdolności dotyczą.

6.10. Zamawiający przewiduje możliwość dokonania najpierw oceny ofert, a następnie zbadania czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

6.11. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu zostanie dokonana na podstawie złożonych dokumentów wymienionych w punkcie 8 SIWZ, wymaganych na podstawie przepisów ustawy PZP oraz Rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia (Dz. U. z 2016 r. poz.1126), wg formuły „spełnia”, „nie spełnia”.

6.12. Zamawiający może, na każdym etapie postępowania, uznać, że wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych Wykonawcy w inne przedsięwzięcia gospodarcze Wykonawcy może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia.

6.13. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy. Wykonawca na żądanie Zamawiającego zobowiązany jest wskazać część zamówienia, którą zamierza powierzyć podwykonawcom i podać firmy podwykonawców. Jeżeli zmiana albo rezygnacja z Podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się, na zasadach określonych w art. 22a ust. 1, w celu wykazania spełnienia warunków udziału w postępowaniu, Wykonawca jest obowiązany wykazać Zamawiającemu, że proponowany inny Podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia je w stopniu nie mniejszym niż Podwykonawca, na którego zasoby Wykonawca powoływał się w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia.

7. WYMAGANIA DOT. ZATRUDNIENIA PRZEZ WYKONAWCĘ LUB PODWYKONAWCĘ NA PODSTAWIE UMOWY O PRACĘ OSÓB WYKONUJĄCYCH CZYNNOŚCI W ZAMÓWIENIU

Zamawiający nie wymaga wykonywania poszczególnych czynności zamówienia na podstawie umowy o pracę, albowiem charakter tych czynności i krótki czas ich trwania przemawia za tym, że nie posiadają one cech stosunku pracy w rozumieniu art. 22 & 1 ustawy z dnia 26.06.1974 r. - Kodeks Pracy (t. j. Dz.U. z 2016 r. poz. 1666, z późn. zm.).

8. WYKAZ OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY:

8.1. Wszyscy Wykonawcy zobowiązani są złożyć:

8.1.1. do oferty - aktualne na dzień składania ofert oświadczenia, o których mowa w art. 25a ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych:

- oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania w zakresie określonym w pkt 6.1.1. (Załącznik Nr 2 do SIWZ),
- oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu w zakresie określonym w pkt 6.2.3 (Załącznik Nr 3 do SIWZ),
- próbka tekstu *podlegającego ocenie wg kryterium „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu”* (Załącznik Nr 8 do SIWZ)

8.1.2. po otwarciu ofert - w terminie 3 dni od zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego informacji z otwarcia ofert, o której mowa w pkt. 14.6 SIWZ:

- oświadczenie o przynależności lub braku przynależności (Załącznik Nr 5 do SIWZ) do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Prawo zamówień publicznych. Wraz ze złożeniem oświadczenia, Wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia.

8.2. Wykonawca, którego oferta została najwyżej oceniona:

8.2.1. zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy PZP przed udzieleniem zamówienia, zostanie wezwany do złożenia w wyznaczonym, nie krótszym niż 5 dni, terminie aktualnych na dzień złożenia następujących oświadczeń lub dokumentów potwierdzających warunki udziału w postępowaniu:

8.2.1.1. Wykazu usług wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy;

w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert – wg *Załącznika Nr 6 do SIWZ*;

8.2.1.2. wykazu osób, skierowanych przez wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami – wg *Załącznika Nr 7 do SIWZ*;

8.2.1.3. Odpisu z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy.

8.3. Jeżeli wykonawca nie złożył oświadczenia, o którym mowa w art. 25a ust.1, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1, lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez zamawiającego wątpliwości, zamawiający wzywa do ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub do udzielania wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba że mimo ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.

8.4. Wykonawca nie jest obowiązany do złożenia oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 pkt. 1 i 3, jeżeli Zamawiający posiada aktualne oświadczenia lub dokumenty dotyczące tego Wykonawcy lub może je uzyskać za pomocą bezpłatnych i ogólnodostępnych baz danych, w szczególności rejestrów publicznych w rozumieniu ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz. U. z 2014 r. poz. 1114 oraz z 2016 r. poz. 352). W takiej sytuacji Wykonawca jest zobligowany do wskazania Zamawiającemu sygnatury postępowania, w którym wymagane dokumenty lub oświadczenia się znajdują.

8.5. Zamawiający może żądać przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii dokumentów, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016r., innych niż oświadczenia, wyłącznie wtedy, gdy złożona kopia dokumentu jest nieczytelna lub budzi wątpliwości co do jej prawdziwości.

8.6. Zasady składania oferty przez podmioty występujące wspólnie:

8.6.1. wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia

albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego;

- 8.6.2. pełnomocnictwo należy załączyć do oferty w oryginale lub kopii poświadczonej notarialnie.
- 8.6.3. przepisy dot. Wykonawcy stosuje się odpowiednio do Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.
- 8.6.4. jeżeli oferta Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia została wybrana Zamawiający może żądać przed zawarciem umowy w sprawie zamówienia publicznego umowy regulującej współpracę tych Wykonawców.

8.7. Wykonawcy spoza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej

- 8.7.1. Wykonawcy mający siedzibę poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, składają dokumenty zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia.
- 8.7.2. Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentu wymienionego w pkt. 8.2.1.3., składa dokument wystawiony w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania potwierdzający, że:
 - nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości.

W/w dokument powinien być wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.

- 8.7.3. Jeżeli w kraju miejsca zamieszkania osoby lub w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentu, o którym mowa w pkt. 8.7.2., zastępuje się go dokumentem zawierającym oświadczenie, w którym określa się także osoby uprawnione do reprezentacji Wykonawcy, złożone przed właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio kraju miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, lub przed notariuszem. Oświadczenie powinno być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert.
- 8.7.4. W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez wykonawcę, zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiedniego kraju, w który, wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących tego dokumentu.

9. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY:

- 9.1. Oferta musi być sporządzona dokładnie wg formularza ofertowego stanowiącego załącznik Nr 1 do SIWZ lub na nim.
- 9.2. Oferta musi być sporządzona z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności. Zamawiający nie dopuszcza składania oferty w postaci elektronicznej.
- 9.3. Oferta wraz z załącznikami musi być czytelna. W celach porządkowych zaleca się, aby oferta była spięta, miała ponumerowane kartki oraz miała wykazaną łączną liczbę kartek oraz liczbę załączników.
- 9.4. Oferta wraz z załącznikami musi być podpisana przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy.
- 9.5. Zamawiający zaleca, aby ofertę podpisano zgodnie z zasadami reprezentacji wskazanymi we właściwym rejestrze.
- 9.6. Jeżeli osoba podpisująca ofertę działa na podstawie pełnomocnictwa, to pełnomocnictwo to musi w swej treści jednoznacznie wskazywać uprawnienie do podpisania oferty. **Pełnomocnictwo musi zostać złożone w oryginale lub notarialnie poświadczonej kopii.**
- 9.7. Oferta wraz z załącznikami musi być sporządzona w języku polskim. Każdy dokument składający się na ofertę sporządzony w innym języku niż język polski, powinien być złożony wraz z tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę.
- 9.8. Zamawiający nie ujawni informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jeżeli wykonawca, nie później niż w terminie składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, zastrzegł, że nie mogą być one udostępniane oraz wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4. Przepis stosuje się odpowiednio do konkursu.
- 9.9. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
- 9.10. Złożenie więcej niż jednej oferty lub złożenie oferty zawierającej propozycje alternatywne spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez Wykonawcę.
- 9.11. Wykonawca wskaże w ofercie tę część zamówienia, której wykonanie powierzy podwykonawcom.

- 9.12. Wszelkie błędy w zapisach oferty powinny być poprawione przez skreślenie dotychczasowej treści i wpisanie nowej, z zachowaniem czytelności błędnego zapisu oraz podpisanie poprawki przez osobę podpisującą ofertę.
- 9.13. **Na ofertę składają się:**
- 9.13.1. formularz ofertowy – *Załącznik Nr 1 do SIWZ*;
 - 9.13.2. aktualne na dzień składania ofert oświadczenia, których wzór zawiera *Załącznik Nr 2 i 3 do SIWZ*;
 - 9.13.3. próbka tekstu *podlegającego ocenie wg kryterium „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu”*
 - 9.13.4. pełnomocnictwo do reprezentowania:
 - a) wymagane w przypadku, gdy Wykonawcę reprezentuje w postępowaniu osoba bądź osoby, których uprawnienie do reprezentowania nie wynika bezpośrednio z innych dokumentów. Pełnomocnictwo należy przedłożyć w formie oryginału lub kopii poświadczonej przez notariusza;
 - b) wymagane w przypadku, gdy Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, zgodnie z pkt. 8.6.
- 9.14. **Wszystkie dokumenty należy złożyć w oryginale lub kopii poświadczonej „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną, z wyłączeniem pełnomocnictwa, które musi zostać złożone w formie oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii.**

10. OPIS SPOSOBU UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ TREŚCI SIWZ

- 10.1. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia. Zamawiający jest zobowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

Korespondencję należy kierować na adres: Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice.

W korespondencji każdorazowo należy powoływać się na numer postępowania – **PN/3/18**.

- 10.2. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął po upływie terminu składania wniosku, lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.

- 10.3. Zamawiający nie przewiduje zebrania wszystkich Wykonawców w celu wyjaśnienia treści SIWZ.
- 10.4. Zamawiający przedłuży termin składania ofert, jeżeli w wyniku modyfikacji SIWZ niezbędny będzie dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach oraz niezwłocznie powiadomi o tym wszystkich Wykonawców oraz zamieści taką informację na własnej stronie internetowej <http://wup.katowice.ibip.pl> pod ogłoszeniem postępowania.

11. OPIS SPOSOBU OBLICZENIA CENY OFERTY

- 11.1. Wykonawca określa cenę realizacji zamówienia poprzez wskazanie w Formularzu ofertowym sporządzonym według wzoru stanowiącego Załącznik Nr 1 do SIWZ łącznej ceny ofertowej brutto za realizację przedmiotu zamówienia.
- 11.2. Łączna cena ofertowa brutto musi uwzględniać wszystkie koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia oraz wzorem umowy określonym w niniejszej SIWZ.
- 11.3. Wartość zamówienia (cenę) należy obliczyć na podstawie tabeli w zawartej w formularzu ofertowym:
Wartość zamówienia Kampanii POWER + Wartość zamówienia Kampanii RPO WSL = Łączna wartość zamówienia (cena).
- 11.4. Obliczenia ceny należy dokonać zgodnie z matematyczną zasadą zaokrąglania.
- 11.5. Cena powinna być wyrażona w złotych polskich.
- 11.6. Jeżeli w postępowaniu złożona zostanie oferta, której wybór prowadziłby do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług zamawiający w celu oceny takiej oferty doliczy do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. W takim przypadku Wykonawca, składając ofertę, jest zobligowany poinformować zamawiającego, że wybór jego oferty będzie prowadzić do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego, wskazując nazwę usługi, których świadczenie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując ich wartość bez kwoty podatku.

12. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT

- 12.1. Ofertę przetargową należy dostarczyć w zaklejonej kopercie, opisanej nazwą i adresem Wykonawcy oraz hasłem:

**Nazwa (firma) Wykonawcy
adres, numer telefonu, faxu
lub e-mail Wykonawcy**

**Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
ul. Kościuszki 30,
40-048 Katowice
Kancelaria pok. 210**

OFERTA PRZETARGOWA –

**Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER
w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach**

PN/3/18

Nie otwierać przed dniem 29 maja 2018 r. godz. 11.15

- 12.2. W razie braku powyższej informacji Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za otwarcie oferty przed terminem otwarcia bądź nie otwarcie w wyznaczonym terminie otwarcia ofert.
- 12.3. Oferty należy składać w siedzibie Zamawiającego (Kancelaria, pok. 210, II piętro) w godzinach od 7.30 – 15.30 (w dni robocze – od poniedziałku do piątku) w terminie do dnia **29 maja 2018 r.** do godz. 11.00
- 12.4. Wykonawca może wprowadzić zmiany lub wycofać złożoną przez siebie ofertę, przed upływem terminu składania ofert, informując o tym Zamawiającego.
- 12.5. Informację o wprowadzeniu zmian lub wycofaniu oferty należy oznaczyć jak ofertę oraz dodatkowo oznaczyć „zmiana” lub „wycofanie”. Koperty oznaczone „ZMIANA” zostaną otwarte przy otwieraniu oferty Wykonawcy, który wprowadził zmiany i po stwierdzeniu poprawności procedury dokonywania zmian, zostaną dołączone do oferty. Koperty z napisem na kopercie „WYCOFANIE” będą otwierane w pierwszej kolejności, po potwierdzeniu poprawności postępowania Wykonawcy oraz zgodności ze złożonymi ofertami. Koperty ofert wycofanych nie będą otwierane, z wyłączeniem przypadku, gdy do informacji o wycofaniu nie zostaną dołączone dokumenty określające zasady reprezentacji i osoby umocowane do działania w imieniu Wykonawcy.
- 12.6. Informacja o wycofaniu bądź zmianie powinna być podpisana przez osobę (osoby) upoważnioną w dokumentach rejestracyjnych firmy lub posiadającą pełnomocnictwo do dokonywania określonych czynności prawnych. Wykonawca zobowiązany jest dołączyć do informacji o wycofaniu aktualny dokument (aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie z CEIDG), z którego wynikają zasady reprezentacji oraz określone są osoby umocowane do działania w imieniu Wykonawcy, a jeżeli Wykonawca jest reprezentowany przez pełnomocnika – także pełnomocnictwo w oryginale lub kopii

poświadczonej za zgodność z oryginałem. W przypadku, gdy informacja o zmianie oferty lub jej wycofaniu nie zostanie podpisana przez osobę (osoby) wskazane jako upoważnione w dokumentach dołączonych do ww. informacji lub do oferty, Zamawiający będzie uprawniony do uznania wycofania lub zmiany za nieskuteczne.

13. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

- 13.1. Termin związania ofertą wynosi 30 dni.
- 13.2. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 13.3. Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym, że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.
- 13.4. Na podstawie art. 89 ust.1 pkt. 7a ustawy PZP Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli Wykonawca nie wyrazi zgody, o której mowa w pkt. 13.3. SIWZ.

14. MIEJSCE I TERMIN OTWARCIA OFERT

- 14.1. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **29 maja 2018 r. o godzinie 11.15** w siedzibie Zamawiającego: Katowice, ul. Kościuszki 30, II piętro, pokój 221.
- 14.2. Decydujące znaczenie dla oceny zachowania terminu składania ofert ma data i godzina wpływu oferty do Zamawiającego, a nie data jej wysłania przesyłką pocztową czy kurierską.
- 14.3. Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
- 14.4. Podczas otwarcia ofert Zamawiający odczyta informacje, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Pzp.
- 14.5. Otwarcie ofert jest jawne.
- 14.6. Niezwłocznie po otwarciu ofert Zamawiający zamieści na stronie: <http://wup.katowice.ibip.pl/public/> w zakładce „**Informacje z otwarcia ofert**” informacje dotyczące:
 - a) kwoty, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia;
 - b) firm oraz adresów wykonawców, którzy złożyli oferty w terminie;
 - c) ceny, terminu wykonania zamówienia, okresu gwarancji i warunków płatności zawartych w ofertach.

15. OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY WRAZ Z PODANIEM ZNACZENIA TYCH KRYTERIÓW ORAZ SPOSÓB OCENY OFERT

Oceni zostaną poddane oferty niepodlegające odrzuceniu.

15.1. Przyznawanie ilości punktów poszczególnym ofertom odbywać się będzie wg następującej zasady:

15.1.1. Kryterium: Cena - waga: 50%

Ocena punktowa wskazanego kryterium dokonana zostanie zgodnie z formułą:

$$\frac{\text{Najniższa cena brutto}}{\text{Cena brutto badanej oferty}} \times 50\% \times 100 \text{ pkt}$$

15.1.2. Kryterium: osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą landing page każdej kampanii (RPO – www.rpo.wup-katowice.pl i POWER – www.power.wup-katowice.pl) w wyniku działań reklamowych w social media (min. 4 000 max. 8 000) – waga: 10%

Ocena punktowa wskazanego kryterium dokonana zostanie zgodnie z formułą:

$$\frac{\text{ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą landing page każdej kampanii wskazana w ofercie}}{\text{najwyższa ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą landing page każdej kampanii spośród ważnych ofert}} \times 10\% \times 100 \text{ pkt}$$

Wymagana ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą landing page każdej kampanii (RPO – www.rpo.wup-katowice.pl i POWER – www.power.wup-katowice.pl) to 4 000. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość unikalnych użytkowników, nie większą jednak niż 8 000.

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać ilość unikalnych użytkowników którzy odwiedzą landing page każdej kampanii tj. 4 000 - wymagane minimum + ilość unikalnych użytkowników wskazanych dodatkowo przez Wykonawcę.

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym ilości unikalnych użytkowników którzy odwiedzą landing page każdej kampanii w ilości mniejszej niż wymagana przez Zamawiającego (4 000) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.
- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym ilości unikalnych użytkowników którzy odwiedzą landing page każdej kampanii przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj 4 000.
- w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż požądane maksimum (8 000) poziomie jego oferta zostanie odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.

15.1.3 Kryterium: osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość obejrzeń każdego z 6 filmów wideo (4 filmy w ramach kampanii RPO i 2 filmy w ramach kampanii POWER) o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media (min. 10 000 max. 20 000) – waga: 10%

Ocena punktowa wskazanego kryterium dokonana zostanie zgodnie z formułą:

ilość obejrzeń każdego z 6 filmów o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media wskazana w ofercie
 ----- x 10% x 100 pkt
 najwyższa ilość obejrzeń każdego z 6 filmów o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media spośród ważnych ofert

Wymagana ilość obejrzeń każdego z 6 filmów wideo o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media to 10 000. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość obejrzeń, nie większą jednak niż 20 000.

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać ilość obejrzeń każdego z 6 filmów wideo o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media tj. 10 000 - wymagane minimum + ilość obejrzeń wskazanych dodatkowo przez Wykonawcę.

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym ilości obejrzeń każdego z 6 filmów wideo o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media w ilości mniejszej niż wymagana przez Zamawiającego (10 000) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.
- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym ilości obejrzeń każdego z 6 filmów wideo o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj 10 000.
- w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż požądane maksimum (20 000) poziomie jego oferta zostanie odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.

15.1.4 Kryterium: osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. (4 filmy w ramach kampanii RPO i 2 filmy w ramach kampanii PO WER) na wybranych serwisach internetowych z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie i grupę docelową (min. 25 000 max. 75 000) – waga: 10%

Ocena punktowa wskazanego kryterium dokonana zostanie zgodnie z formułą:

ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach internetowych wskazana w ofercie
----- x 10% x 100 pkt
najwyższa ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach internetowych spośród ważnych ofert

Wymagana ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. to 25 000. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość wyświetleń, nie większą jednak niż 75 000

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach internetowych tj. 25 000 - wymagane minimum + ilość wyświetleń wskazanych dodatkowo przez Wykonawcę.

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym ilości wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach internetowych w ilości mniejszej niż wymagane przez Zamawiającego (25 000) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.
- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym ilości wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj 25 000.
- w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż požądane maksimum (75 000) poziomie jego oferta zostanie odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.

15.1.5 Kryterium: osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów (5 artykułów w ramach RPO i 2 artykuły w ramach POWER) opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową (min. 3 000 max. 5 000) – waga: 10%

Ocena punktowa wskazanego kryterium dokonana zostanie zgodnie z formułą:

ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową wskazaną w ofercie

----- x 10% x 100 pkt
najwyższa ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową spośród ważnych ofert.

Wymagana ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową to 3 000. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość unikalnych użytkowników, nie większą jednak niż 5 000.

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową tj. 3 000 - wymagane minimum + ilość unikalnych użytkowników, wskazanych dodatkowo przez Wykonawcę.

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym ilości unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach internetowych w ilości mniejszej niż wymagane przez Zamawiającego (3 000) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.
- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym ilości unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową ilości wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj 3 000.
- w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż požądane maksimum (5 000) poziomie jego oferta zostanie odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.

15.1.6 Kryterium: „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu” (próbka) – waga: 10%

Punkty za kryterium „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu” zostaną obliczone zgodnie z poniższymi zasadami wg wzoru.

liczba punktów przyznana za ocenę zawartości merytorycznej i graficznej tekstu dołączonego do danej oferty (średnia arytmetyczna z ocen przyznanych przez członków komisji)

----- x 10% x 100 pkt

najwyższa ilość punktów przyznana za ocenę zawartości merytorycznej i graficznej tekstu spośród ważnych ofert (średnia arytmetyczna z ocen przyznanych przez członków komisji)

Punkty za kryterium „**zawartość merytoryczna i graficzna tekstu**” zostaną przyznane na podstawie badania załączonej do oferty próbki tekstu tj. artykułu przeznaczonego do emisji w serwisie internetowym w ramach zadania „content marketing” **w skali punktowej od 0 do 10 punktów.**

Ocenie będą podlegały następujące elementy:

a) Poprawność **językowa** (poprawność stylistyczna, ortograficzna, gramatyczna)

- **0 pkt:** tekst zawiera liczne błędy w zakresie poprawności językowej powyżej 5 błędów interpunkcyjnych/stylistycznych lub 3 ortograficzne, przy czym 3 błędy interpunkcyjne=1 błąd ortograficzny.
- **1 pkt:** tekst zawiera drobne błędy w zakresie poprawności językowej (maksymalnie 5 błędów interpunkcyjnych/ stylistycznych lub 2 ortograficzne, przy czym 3 błędy interpunkcyjne=1 błąd ortograficzny).
- **2,5 pkt:** tekst bezbłędny.

b) Poprawność **merytoryczna** (na ile artykuł jest bogaty w informacje i na ile zawarte informacje są rzetelne)

- **0 pkt:** w tekście występuje więcej niż 1 błąd merytoryczny.
- **1 pkt:** w tekście występuje maksymalnie 1 błąd merytoryczny.
- **2,5 pkt:** w tekście nie występują błędy merytoryczne.

c) Zastosowanie interesującej **formy** przekazu (w jakim stopniu tekst został przetworzony z dostępnych materiałów źródłowych, czy zastosowano środki artystycznego wyrazu zwiększające przystępność tekstu dla odbiorcy, na ile jest oryginalny i posiada nieszablonowy tytuł)

- **0 pkt:** tekst nie zawiera żadnych środków artystycznych, jest skopiowany z materiałów źródłowych, styl urzędniczy i oficjalny.
- **1 pkt:** tekst zawiera środki artystycznego wyrazu zwiększające przystępność tekstu dla odbiorcy typu porównania, metafory, przykłady obrazujące tematykę, wypowiedzi osób dynamizujące tekst lub cytaty, ale jest ich niewiele (nie więcej niż 4).
- **2,5pkt:** tekst zawiera interesującą formę, pojawiają się w nim liczne (minimum 5 i więcej) środki artystycznego wyrazu zwiększające przystępność tekstu dla odbiorców typu porównania, metafory, przykłady obrazujące tematykę, wypowiedzi osób dynamizujące tekst lub cytaty, styl przystępny dla odbiorców.

d) Zastosowane **środki graficzne** podnoszące przystępność tekstu (np. zdjęcia, infografiki, tabelki).

- **0 pkt**: Brak zastosowania środków graficznych takich jak zdjęcie, tabelka czy infografika. Zastosowano elementy graficzne które w żaden sposób nie odnoszą się do tekstu i nie przyczyniają się do jego przystępności.
- **1 pkt**: w tekście zastosowano jeden element graficzny podnoszący przystępność tekstu.
- **2,5pkt**: w tekście zastosowano co najmniej dwa elementy graficzne podnoszące przystępność tekstu.

15.1.6.2 Ocena próbki tekstu zostanie dokonana indywidualnie przez 5 członków komisji powołanej do oceny w kryterium „**zawartość merytoryczna i graficzna tekstu**”

15.1.6.3 Sposób przygotowania próbki tekstu:

a) Oferta musi zawierać próbkę tekstu o objętości min. 5 000 znaków ze spacjami, zawierającą artykuł nt. wsparcia dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania woj. śląskiego (Poddziałanie 8.2.3 RPO WSL). Materiały źródłowe:

- link do strony WUP w Katowicach zawierającej informacje o funkcjonowaniu Podmiotowego Systemu Finansowania w woj. śląskim: https://rpo.wup-katowice.pl/czytaj/dofinansowanie_na_szkolenia_dla_firm_i_pracownikow
- <http://www.szkolenciaslaskie.pl/>
- Materiały źródłowe o PSF (Opis systemu wdrażania PSF w województwie śląskim oraz pakiet dokumentów rekrutacyjnych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania w woj. śląskim) – **zostały zamieszczone na stronie zamawiającego BIP w pliku ZIP pod nazwą „Materiały źródłowe o PSF”**.

b) Artykuł powinien być sporządzony w języku polskim i posiadać oryginalny tytuł.

c) Wszelkie koszty przygotowania próbki ponosi Wykonawca.

d) Próbką powinna być sporządzona tak, aby Zamawiający na jej podstawie był w stanie dokonać oceny oferty w oparciu o kryterium „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu”. Próbką powinna być opracowana w wersji papierowej w pełnym kolorze (w 1 egzemplarzu), o objętości max. 3 stron formatu A4 (tekst, tzn. artykuł o objętości 3 stron wraz z elementami graficznymi). Próbką powinna prezentować proponowany układ tytułów, leadów, śródtytułów, rozmieszczenie elementów graficznych tj. np. zdjęć, tabel, infografik (wykonanych w kolorze).

UWAGA:

W przypadku gdy wraz z ofertą Wykonawcy nie zostanie dostarczona próbka tekstu lub zostanie dołączona do oferty więcej niż jedna próbka tekstu lub załączona zostanie próbka niespełniająca wymagań Zamawiającego jego oferta zostanie odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp.

15.2 Zamawiający za najkorzystniejszą uzna ofertę, która uzyska największą ilość (sumę) punktów obliczonych według wzorów podanych w pkt. 15.1

16. UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

- 16.1. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, w oparciu o podane w niniejszej Specyfikacji kryteria wyboru.
- 16.2. Zamawiający poinformuje niezwłocznie wszystkich wykonawców o:
 - 1) wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy, jeżeli są miejscami wykonywania działalności wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,
 - 2) wykonawcach, którzy zostali wykluczeni,
 - 3) wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, powodach odrzucenia oferty, a w przypadkach, o których mowa w art. 89 ust. 4 i 5, braku równoważności lub braku spełniania wymagań dotyczących wydajności lub funkcjonalności,
 - 4) unieważnieniu postępowania– podając uzasadnienie faktyczne i prawne
- 16.3. Zamawiający udostępni informacje, o których mowa w pkt 16.2 ppt 1) i 4) na stronie internetowej <http://wup.katowice.ibip.pl>.
- 16.4. Zamawiający zawrze umowę w sprawie zamówienia publicznego, z zastrzeżeniem art. 183, w terminie określonym w art. 94 ustawy Pzp.
- 16.5. W przypadku udzielenia zamówienia przedsiębiorcom prowadzącym działalność w ramach spółki cywilnej, Zamawiający przed podpisaniem umowy zażąda złożenia umowy regulującej współpracę wspólników.
- 16.6. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownej oceny, chyba że zachodzą przesłanki, o których mowa w art. 93 ust. 1.

17. INFORMACJA W PRZYPADKU UNIEWAŻNIENIA POSTĘPOWANIA

- 17.1. Zamawiający może unieważnić postępowanie na warunkach określonych w art. 93 ustawy Pzp.
- 17.2. O unieważnieniu postępowania Zamawiający zawiadomi, podając uzasadnienie faktyczne i prawne, równocześnie wszystkich Wykonawców, którzy:
 - 17.2.1. ubiegali się o udzielenie zamówienia – w przypadku unieważnienia postępowania przed upływem terminu składania ofert,
 - 17.2.2. złożyli oferty – w przypadku unieważnienia postępowania po upływie terminu składania ofert.

18. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM

Zamawiający nie żąda wniesienia wadium.

19. WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZABEZPIECZENIA NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY

Zamawiający nie będzie żądał od Wykonawcy zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

20. ISTOTNE WARUNKI UMOWY

- 20.1. Istotne dla stron postanowienia zawarte zostały w „Projekcie umowy” – Załącznik Nr 4 do SIWZ;
- 20.2. Do umowy w sprawach zamówień publicznych, zwanych dalej „umową”, stosuje się przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 459 z późn. zm.) oraz ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 z późn. zm.).
- 20.3. Zakres świadczenia Wykonawcy wynikający z umowy jest tożsamy z jego zobowiązaniem zawartym w ofercie.
- 20.4. Umowa podlega unieważnieniu w części wykraczającej poza określenie przedmiotu zamówienia zawartego w SIWZ, z uwzględnieniem art. 144.
- 20.5. Zamawiający dopuszcza zmiany postanowień zawartej umowy.
- 20.6. W razie zaistnienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy, lub dalsze wykonywanie umowy może zagrozić istotnemu interesowi bezpieczeństwa państwa lub bezpieczeństwu publicznemu, zamawiający może odstąpić od umowy w terminie 30 dni od dnia powzięcia wiadomości o tych okolicznościach.
- 20.7. W przypadku, o którym mowa w pkt 20.6 Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części umowy.

21. INFORMACJE O OBOWIĄZKU OSOBISTEGO WYKONANIA PRZEZ WYKONAWCĘ KLUCZOWYCH CZĘŚCI ZAMÓWIENIA / O PODWYKONAWCACH:

- 21.1. Zamawiający nie dokonuje zastrzeżenia obowiązku osobistego wykonania przez Wykonawcę kluczowych części zamówienia o którym mowa w art. 36 a ust.2 ustawy Pzp.
- 21.2. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca w ofercie wskazał część zamówienia, którą zamierza powierzyć podwykonawcy (Wykonawca wypełnia kol. B i C tabeli zawartą

w pkt 13 formularza ofertowego). Brak powyższej informacji oznaczać będzie, że całość zamówienia zostanie zrealizowana przez Wykonawcę.

22. INFORMACJE DODATKOWE

Zamawiający:

1) nie dopuszcza składania ofert częściowych;

2) nie dopuszcza składania ofert wariantowych;

3) nie przewiduje:

- prowadzenia aukcji elektronicznej;
- udzielania zamówień uzupełniających;
- możliwości udzielenia zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7;
- rozliczenia w walutach obcych - rozliczenie między Zamawiającym, a Wykonawcą prowadzone będzie w walucie PLN;
- zwrotu kosztów udziału w postępowaniu;
- wymagań, o których mowa w art. 29 ust.4 ustawy Pzp;
- zawarcia umowy ramowej;

23. POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH WYKONAWCY I INNYM OSOBOM W TOKU POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

- 23.1. Każdemu Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu danego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy Pzp przysługują środki ochrony prawnej przewidziane w dziale VI ustawy Pzp jak dla postępowań poniżej kwoty określonej w przepisach wykonawczych wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Pzp.
- 23.2. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz SIWZ przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 ustawy Pzp.

Z a t w i e r d z a m:

*Z up. Dyrektora
Wojewódzkiego Urzędu Pracy
w Katowicach
/-/ Marcin Biernat
Wicedyrektor*

Katowice, dnia 21 maja 2018 r.

Rozdział II

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach

I. KAMPANIA RPO WSL

1. Prezentacja przedmiotu kampanii

Przedmiotem kampanii są możliwości wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach:

- wsparcie dla nieaktywnych zawodowo po 30 roku życia: bezpłatne szkolenia, staże i praktyki zawodowe, subsydiowane zatrudnienie, doradztwo zawodowe i pośrednictwo pracy,
- wsparcie typu outplacement dla osób zwolnionych lub zagrożonych zwolnieniem z przyczyn dotyczących zakładu pracy,
- dofinansowane usługi rozwojowe (szkolenia, studia podyplomowe, coaching, mentoring i doradztwo) dla przedsiębiorstw MŚP i ich pracowników oraz osób samozatrudnionych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania,
- bezpłatne szkolenia zawodowe dla dorosłych (zarówno pracujących jak i nieaktywnych),
- bezpłatne szkolenia językowe i informatyczne dla osób pracujących.

2. Informacje ogólne o kampanii

2.1 Zadania dla Wykonawcy:

- przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii,
- stworzenie materiałów na potrzeby kampanii – zgodnie z koncepcją kreatywną,
- zaplanowanie i zakup mediów,
- realizacja kampanii,
- opracowanie raportu pokampanijnego.

2.2 Grupa docelowa kampanii:

- **mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku aktywności zawodowej od 18 do 65 roku życia, w tym w szczególności:**
 - osoby nieaktywne zawodowo po 30 roku życia,
 - kobiety,
 - osoby powyżej 50 roku życia,

- osoby niepełnosprawne,
- osoby o niskich kwalifikacjach (wykształcenie maksymalnie średnie),
- osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji,
- osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku pracy.

- **mieszkańcy woj. śląskiego, właściciele i kadra zarządzająca mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pracownicy w/w przedsiębiorstw oraz osoby samozatrudnione.**

2.3 Zasięg kampanii:

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

2.4 Cele kampanii:

Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. rpo.wup-katowice.pl oraz wzrost ruchu na nim.

Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy.

2.5 Termin kampanii:

Kampania będzie trwała co najmniej 6 tygodni w okresie między 1 września a 30 listopada 2018 r. Szczegółowy harmonogram kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym po podpisaniu umowy. Raport z kampanii zostanie przedstawiony najpóźniej 15 dni po zakończeniu kampanii, jednak nie później niż do 15 grudnia 2018 r.

2.6 Spójność:

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Wszystkie działania związane z realizacją kampanii muszą być spójne.

Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.

2.7 Elementy obowiązkowe:

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów – wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający.

3. Prawa autorskie:

Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć z banku zdjęć (tam gdzie to możliwe należy wykonać zdjęcia autorskie np. bohaterów artykułów takich jak osoby, które skorzystały ze wsparcia EFS czy ekspertów wypowiadających się na potrzeby artykułu) oraz muzyki z banku muzyki. Wszystkie teksty oraz grafiki powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie z chwilą doręczenia przedmiotu umowy na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowania w Internecie,
- b) utrwalania i zwielokrotniania dowolną techniką,
- c) rozpowszechniania w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzenie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.

Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (artykułów sponsorowanych i filmów wideo) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

4. Narzędzia w kampanii:

Uwaga: Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania mobilnych wersji reklamy oraz zaplanowania i zrealizowania **30%** działań w kanale mobile.

4.1 Reklama w mediach społecznościowych:

Przygotowanie koncepcji (w tym stworzenie tekstów i niezbędnych grafik oraz wybór adekwatnych form reklamy) oraz przeprowadzenie działań reklamowych na potrzeby kanału social media prowadzonego przez Zamawiającego przez cały okres trwania kampanii.

Wykonawca opracuje 8 reklam (po 2 do każdego z poniższych tematów):

1. Usługi rozwojowe dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.
2. Szkolenia językowe i komputerowe dla osób pracujących.
3. Szkolenia zawodowe dla pracujących i nieaktywnych zawodowo.
4. Wsparcie dla osób nieaktywnych zawodowo.

Zamawiający przydzieli Wykonawcy uprawnienia do oficjalnego fanpage'a programu: <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>; działania reklamowe powinny być targetowane na grupę docelową określoną w pkt. 2.2, możliwe dodatkowe targetowanie np. po zainteresowaniach (polubieniach); reklamy w social media powinny przekierowywać do strony rpo.wup-katowice.pl; łącznie w ramach całej kampanii w wyniku działań reklamowych w social media landing page powinno odwiedzić min. 4 000 maksymalnie 8 000 unikalnych użytkowników.

4.2 Produkcja filmów wideo:

1. Wykonawca przygotowuje koncepcję oraz wyprodukuje **4 filmy wideo** do emisji w Internecie. Będą to **spoty o długości 30 sekund** o charakterze zachęty przedstawiające osobę, która skorzystała ze wsparcia Europejskiego Funduszu Społecznego (*human story/success story*).
2. Zamawiający dostarczy Wykonawcy dane kontaktowe do osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach projektów i wyraziły zgodę na udział w nagraniu. W drodze wyjątku Zamawiający dopuszcza jednak w przypadku braku możliwości uzyskania zgody lub wycofania się ze zgody uczestnika projektu na udział w nagraniu w terminie uniemożliwiającym znalezienie zastępstwa i realizację nagrania zgodnie z umową:
 - zaangażowanie przez Wykonawcę aktorów (mogą to być aktorzy niezawodowi),

- zmianę koncepcji spotu.

3. Styl i forma do uzgodnienia z Zamawiającym. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy głównie do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
4. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów wideo audiodeskrypcji (w formie napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści). Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania.
5. Wykonawca przewidzi honorarium dla osób występujących w filmach (minimum 500 zł dla aktora - amatora), za wyjątkiem pracowników Zamawiającego, jeśli zgodnie ze scenariuszem wystąpią w materiałach wideo.
6. Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt do realizacji nagrań wideo (w tym kamera cyfrowa Full HD, oświetlenie, udźwiękowanie itp.) oraz ekipę mającej doświadczenie, w tym operatora, montażystę, osobę odpowiedzialną za profesjonalne udźwiękowanie i oświetlenie.
7. Materiały wideo będą realizowane każdorazowo na podstawie przekazanego Wykonawcy przez Zamawiającego briefu zawierającego dane kontaktowe Beneficjenta (podmiotu realizującego projekt finansowany z EFS), dane kontaktowe uczestnika/uczestników projektu, którzy skorzystali ze wsparcia do przeprowadzenia rozmów, podstawowe informacje o projekcie itp. Brief będzie przekazywany co najmniej na 5 dni przed terminem nagrania.
8. Wymagana jest oprawa graficzna filmów w postaci belek z podpisami, czołówki (w zależności od potrzeb)/tytułki (obowiązkowo muszą zostać uwzględnione logotypy FE), prostych grafik 2D (np. kluczowe zwroty, liczby, które padną w wypowiedziach).
9. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo.
10. Nagrania będą realizowane na terenie woj. śląskiego.
11. Materiały wideo muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
12. Wykonawca prześle Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utrwalone na płycie DVD.
13. W terminie 7 dni od podpisania umowy zostanie ustalony harmonogram realizacji nagrań materiałów wideo. Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych (dostępność osób biorących udział w nagraniu).

4.3 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję 4 spotów wideo o długości 30 s., o których mowa w pkt 4.2, w tym:

- emisję **4 spotów o długości 30 s.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV na którym Zamawiający posiada konto) z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000 maksymalnie 20 000 obejrzeń o długości min. 50% czasu trwania danego filmu.
- emisję **4 spotów o długości 30 s.** na wybranych serwisach internetowych z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 25 000 maksymalnie 75 000.

4.4 Content marketing:

Stworzenie **5 artykułów** natywnych o objętości min. 5000 znaków ze spacjami każdy (wzbogaconych materiałami audiowizualnymi, tj. filmami wideo i ewentualnie grafikami/infografikami) oraz ich emisja na serwisach internetowych z treściami o charakterze informacyjnym (targetowanie na woj. śląskie) tematycznie dopasowanych do wyżej opisanych artykułów natywnych (np. Wiadomości, Finanse itp.),

których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 (na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018).

Do zadań Wykonawcy należy stworzenie artykułów tak, by jak najbardziej przypominały teksty redakcyjne i spełniały wymagania właścicieli portali. Publikacje artykułów muszą być rozłożone w czasie w okresie trwania kampanii. Artykuły powinny odsyłać do strony rpo.wup-katowice.pl. Każdy z artykułów powinien mieć min. 3000, maksymalnie 5 000 unikalnych użytkowników.

5. Raport podsumowujący

Po zrealizowaniu całej kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona rpo.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje);

II. Kampania PO WER

1. Prezentacja przedmiotu kampanii

Przedmiotem kampanii są możliwości wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach

- wsparcie dla osób do 29 roku życia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, staży i praktyk zawodowych, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, dotacji na założenie własnej firmy.

2. Informacje ogólne o kampanii

2.1 Zadania dla Wykonawcy:

- przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii,
- stworzenie materiałów na potrzeby kampanii – zgodnie z koncepcją kreatywną,
- zaplanowanie i zakup mediów,
- realizacja kampanii,
- opracowanie raportu pokampanijnego.

2.2 Grupa docelowa kampanii:

Opis programowy:

- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, nieaktywne zawodowo, nie uczące się i nie biorące udział w szkoleniach (tzw. młodzież NEET - (ang. not in employment, education or training),
- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w tym: imigranci, reemigranci, osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, tzw. ubodzy pracujący, osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych.

Opis mediowy:

- **mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w tym w szczególności:

- osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji,
- osoby zainteresowane założeniem własnej firmy,
- osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku prac.

2.3 Zasięg kampanii:

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

2.4 Cele kampanii:

Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach PO WER,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. power.wup-katowice.pl oraz wzrost ruchu na nim.

Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- popularyzacja samozatrudnienia i przedsiębiorczości,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy.

2.5 Termin kampanii:

Kampania będzie trwała co najmniej 6 tygodni między 1 września a 30 listopada 2018 r. (zgodnie z ustaleniami z Zamawiającym). Raport z kampanii zostanie przedstawiony najpóźniej 15 dni po zakończeniu kampanii, jednak nie później niż do 15 grudnia 2018 r.

2.6 Spójność:

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Wszystkie działania związane z realizacją kampanii muszą być spójne.

Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.

2.7 Prawa autorskie:

Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć z banku zdjęć (tam gdzie to możliwe należy wykonać zdjęcia autorskie np. bohaterów artykułów sponsorowanych takich jak osoby, które skorzystały ze wsparcia EFS czy ekspertów wypowiadających się na potrzeby artykułu) oraz muzyki z banku muzyki. Wszystkie teksty oraz grafiki powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie z chwilą doręczenia przedmiotu umowy na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowania w Internecie,
- b) utrwalania i zwielokrotniania dowolną techniką,

- c) rozpowszechniania w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzenie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.

Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (artykułów sponsorowanych i filmów wideo) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

2.8 Elementy obowiązkowe:

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów – wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający.

3. Narzędzia w kampanii:

Uwaga: Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania mobilnych wersji reklamy oraz zaplanowania i zrealizowania 30 % działań w kanale mobile.

3.1 Reklama w mediach społecznościowych:

Przygotowanie koncepcji (w tym stworzenie tekstów i niezbędnych grafik oraz wybór adekwatnych form reklamy) oraz przeprowadzenie działań reklamowych na potrzeby kanału social media prowadzonego przez Zamawiającego przez cały okres trwania kampanii. Wykonawca opracuje **4 rodzaje reklam** promujące możliwości wsparcia dla osób młodych w ramach PO WER.

W razie potrzeby Zamawiający przydzieli Wykonawcy uprawnienia do oficjalnego fanpage'a programu: <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>; działania reklamowe powinny być targetowane na grupę docelową określoną w pkt. 2.2, możliwe dodatkowe targetowanie np. po zainteresowaniach (polubieniach); reklamy w social media powinny przekierowywać do strony power.wup-katowice.pl;; łącznie w ramach całej kampanii w wyniku działań reklamowych w social media landing page powinno odwiedzić min. 4 000, maksymalnie 8 000 unikalnych użytkowników.

3.2 Produkcja filmów wideo:

1. Wykonawca przygotowuje koncepcję oraz wyprodukuje **2 filmy wideo** do emisji w Internecie. Będą to **spoty o długości 30 sekund** o charakterze zachęty przedstawiające osobę, która skorzystała ze wsparcia Europejskiego Funduszu Społecznego (*human story/success story*).
2. Zamawiający dostarczy Wykonawcy dane kontaktowe do osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach projektów i wyraziły zgodę na udział w nagraniu. W drodze wyjątku Zamawiający dopuszcza jednak w przypadku braku możliwości uzyskania zgody lub wycofania się ze zgody uczestnika projektu na udział w nagraniu w terminie uniemożliwiającym znalezienie zastępstwa i realizację nagrania zgodnie z umową:
 - zaangażowanie przez Wykonawcę aktorów (mogą to być aktorzy niezawodowi),
 - zmianę koncepcji spotu.
3. Styl i forma do uzgodnienia z Zamawiającym. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy głównie do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
4. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów wideo audiodeskrypcji (w formie napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj.

wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści). Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania.

5. Wykonawca przewidzi honorarium dla osób występujących w filmach (minimum 500 zł dla aktora - amatora), za wyjątkiem pracowników Zamawiającego, jeśli zgodnie ze scenariuszem wystąpią w materiałach wideo.
6. Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt do realizacji nagrań wideo (w tym kamera cyfrowa Full HD, oświetlenie, udźwiękowanie itp.) oraz ekipę mającej doświadczenie, w tym operatora, montażystę, osobę odpowiedzialną za profesjonalne udźwiękowanie i oświetlenie.
7. Materiały wideo będą realizowane każdorazowo na podstawie przekazanego Wykonawcy przez Zamawiającego briefu zawierającego dane kontaktowe Beneficjenta (podmiotu realizującego projekt finansowany z EFS), dane kontaktowe uczestnika/uczestników projektu, którzy skorzystali ze wsparcia do przeprowadzenia rozmów, podstawowe informacje o projekcie itp. Brief będzie przekazywany co najmniej na 5 dni przed terminem nagrania.
8. Wymagana jest oprawa graficzna filmów w postaci belek z podpisami, czołówki (w zależności od potrzeb)/tyłówki (obowiązkowo muszą zostać uwzględnione logotypy FE), prostych grafik 2D (np. kluczowe zwroty, liczby, które padną w wypowiedziach).
9. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo.
10. Nagrania będą realizowane na terenie woj. śląskiego.
11. Materiały wideo muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
12. Wykonawca prześle Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utrwalone na płycie DVD.
13. W terminie 7 dni od podpisania umowy zostanie ustalony harmonogram realizacji nagrań materiałów wideo. Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych (dostępność osób biorących udział w nagraniu).

3.3 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję 2 spotów wideo o długości 30 s., o których mowa w pkt 3.2:

- w obrębie kanałów wideo i social media (kanał na którym posiada konto Zamawiający). Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000, maksymalnie 20 000 obejrzeń o długości min. 50% czasu trwania danego filmu oraz
- emisję 2 spotów wideo o długości 30 s. wybranych serwisach internetowych z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 25 000, maksymalnie 75 000 wyświetleń.

3.4 Content marketing:

Stworzenie **2 artykułów** natywnych o objętości min. 5000 znaków ze spacjami każdy (wzbogaconych materiałami audiowizualnymi, tj. filmami i grafikami/infografikami) oraz ich emisja na serwisach internetowych z treściami o charakterze informacyjnym (targetowanie na woj. śląskie) tematycznie dopasowanych do wyżej opisanych artykułów natywnych (np. Wiadomości, Finanse itp.), których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 (na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018).

Do zadań Wykonawcy należy stworzenie artykułów tak, by jak najbardziej przypominały teksty redakcyjne i spełniały wymagania właścicieli portali. Publikacje artykułów muszą być rozłożone w czasie w okresie trwania kampanii. Artykuły powinny odsyłać do landing page'a. Każdy z artykułów publikowanych powinien mieć min. 3 000, maksymalnie 5 000 unikalnych użytkowników.

4. Raport podsumowujący

Po zrealizowaniu całej kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona power.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje);

Wykonawca, który zlecać będzie wykonanie części zamówienia Podwykonawcom na podstawie umowy w formie pisemnej o charakterze odpłatnym (art. 2 ust. 9a Pzp) zobowiązany jest do wykazania tego w pkt 13 Formularza ofertowego stanowiącego załącznik do niniejszej SIWZ dotyczącego Podwykonawcy.

*Z up. Dyrektora
Wojewódzkiego Urzędu Pracy
w Katowicach
/ - / Marcin Biernat
Wicedyrektor*

Katowice, dnia 21 maja 2018 r.

Rozdział III

Formularz ofertowy i inne wzory dokumentów dla Wykonawców

- załącznik Nr 1 *- formularz ofertowy*
- załącznik Nr 2 *- oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia*
- załącznik Nr 3 *- oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu*
- załącznik Nr 4 *- projekt umowy*
- załącznik Nr 5 *- oświadczenie Wykonawcy wynikające z art. 24 ust. 11 do ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Pzp w sprawie przynależności do grupy kapitałowej*
- załącznik Nr 6 *- wykaz wykonanych usług wraz z dowodami należytego ich wykonania*
- załącznik Nr 7 *- wykaz osób uczestniczących w realizacji zamówienia*
- załącznik Nr 8 *- próbka tekstu podlegającego ocenie wg kryterium „zawartość merytoryczna i graficzna tekstu”*



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



ZAŁĄCZNIK NR 1
PN/3/18

FORMULARZ OFERTOWY

POSTĘPOWANIA PROWADZONEGO W TRYBIE PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO

Nazwa Wykonawcy:

Adres:

Nr telefonu:

Nr faksu:

E – mail (do kontaktu):

NIP¹ REGON¹

Wykonawca jest małym/średnim przedsiębiorcą: TAK / NIE (skreślić niewłaściwe)

Wykonawca pochodzi z innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej: TAK / NIE (skreślić niewłaściwe)

Skrót literowy nazwy państwa:

Wykonawca pochodzi z innego państwa nie będącego członkiem Unii Europejskiej: TAK / NIE (skreślić niewłaściwe)

Skrót literowy nazwy państwa:

Ubiegając się o udzielenie zamówienia publicznego, prowadzonego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach na **Usługę przeprowadzenia Kampanii w Internecie informującą o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach**

¹ Należy podać dane dla wszystkich członków konsorcjum oraz pełnomocnika (jeżeli dotyczy)

Składamy niniejszą ofertę na wykonanie zamówienia i:

1. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się z wymogami Zamawiającego, dotyczącymi przedmiotu zamówienia, zamieszczonymi w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia wraz z załącznikami i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń.

2. Składamy ofertę i oświadczam/y, że:

Przedmiot zamówienia opisany w postępowaniu prowadzonym pod Nr **PN/3/18** oferujemy wykonać za cenę:

- **brutto** złotych (słownie:

.....złotych..../100),

Lp.	Kampania	Cena brutto
1.	2.	3.
1.	Kampania RPO WSL w tym: Reklama w mediach społecznościowych; Filmy wideo – produkcja oraz audio deskrypcja; Reklama wideo-emisja filmów w mediach społecznościowych i serwisach internetowych; Content marketing; Przygotowanie raportu pokampanijnego.	
2.	Kampania POWER w tym: Reklama w mediach społecznościowych; Filmy wideo – audiodeskrypcja filmów przekazanych przez zamawiającego; Reklama wideo-emisja filmów w mediach społecznościowych i serwisach internetowych; Content marketing; Przygotowanie raportu pokampanijnego.	
Razem		

3. Ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą landing page każdej kampanii (minimum 4000, maksimum 8000) –(zgodnie z pkt. 15.1.2 SIWZ):

4. Ilość obejrzeń każdego z 6 filmów o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media (minimum 10000, maksimum 20000) – (zgodnie z pkt. 15.1.3 SIWZ):

5. Ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. (minimum 25000, maksimum 75000) – (zgodnie z pkt. 15.1.4 SIWZ):

6. Ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych (minimum 3000 maksimum 5000) (zgodnie z pkt. 15.1.5 SIWZ).....

7. Oświadczamy, że wyceniliśmy wszystkie elementy niezbędne do prawidłowego wykonania zamówienia i deklarujemy wykonanie zadania objętego zamówieniem w terminach określonych w SIWZ wraz z załącznikami.
8. Oświadczamy, że uważamy się za związanych niniejszą ofertą przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.
9. Oświadczamy, że zrealizujemy zamówienie zgodnie ze Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia Szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia i wzorem umowy.
10. Oświadczamy, że uzyskaliśmy wszelkie informacje niezbędne do prawidłowego przygotowania i złożenia niniejszej oferty.
11. Oświadczamy, że w razie wybrania naszej oferty jako najkorzystniejszej zobowiązujemy się do podpisania umowy na warunkach określonych we wzorze umowy, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
12. Załącznikami do niniejszej oferty są: *(proszę wymienić wszystkie dokumenty przedkładane wraz z ofertą)*

1) Formularz ofertowy

2)

3)

4)

5)

6)

7)

13. Oświadczam/y, że zamierzamy powierzyć realizację następujących części zamówienia podwykonawcom
(wypełnić jeżeli dotyczy)

Lp.	Części zamówienia, których wykonanie Wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy	Nazwa podwykonawców, którzy wykonywać będą określoną w kolumnie B część zamówienia	Nazwy podwykonawców, na których zasoby Wykonawca powołuje się na zasadach określonych w art. 25a ust. 3 (pkt 6.6 SIWZ), w celu wykazania spełniania warunków, o których mowa w pkt 6.2.3 SIWZ
A	B	C	D
1.			
2.			
3.			

* Kolumnę D wypełnia się w przypadku gdy część zamówienia wyszczególnioną w kolumnie B będzie wykonywał podwykonawca, na którego zasoby Wykonawca powołuje się na zasadach określonych w art. 25a ust. 3.

Wartość lub procentowa część zamówienia, jaka zostanie powierzona podwykonawcy lub podwykonawcom:

.....

Miejscowość, data

.....

Podpis Wykonawcy lub osoby upoważnionej

Załącznik Nr 2
PN/3/18

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY

Składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień Publicznych,

DOTYCZĄCE PRZESŁANEK WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA

1. OŚWIADCZENIA DOTYCZĄCE WYKONAWCY
2. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODMIOTU, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA
3. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODWYKONAWCY NIEBĘDĄCEGO PODMIOTEM, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA
4. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI

Dane dotyczące Wykonawcy/Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia

.....
/nazwa Wykonawcy ubiegającego się o udzielenie zamówienia/

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. **Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach** prowadzonego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, oświadczam, co następuje:

1. OŚWIADCZENIA DOTYCZĄCE WYKONAWCY

Oświadczam że nie podlegam wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 pkt. 12-23 oraz art. 24 ust 5 ustawy PZP.

Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. ustawy PZP (podać mająca zastosowanie ustawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 24. Ust 1. Pkt. 13-14, 16-20 lub art. 24. Ust 5 ustawy PZP). Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 24 ust 8 ustawy PZP podjąłem następujące środki naprawcze:.....

.....
.....
.....

2. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODMIOTU, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA:

Oświadczam, że w stosunku do następującego/ych podmiotu/tów, na którego/ych zasoby powołuję się w Niniejszym postępowaniu, tj.: (podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG) nie zachodzą podstawy wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia.

3. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODWYKONAWCY NIEBĘDĄCEGO PODMIOTEM, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA (jeżeli dotyczy):

Oświadczam, że w stosunku do następującego/ych podmiotu/tów, będącego/ych podwykonawca/ami: (podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG), nie zachodzą podstawy wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia.

4. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

Miejsce i data.....

Imię i nazwisko

Podpis.....

/upelnomocniony przedstawiciel Wykonawcy zgodnie z aktem rejestrowym
lub upoważniony Pełnomocnik/

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY

Składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień Publicznych,

DOTYCZĄCE SPEŁNIENIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

1. INFORMACJA DOTYCZĄCA WYKONAWCY
2. INFORMACJA W ZWIĄZKU Z PODLEGANIEM NA ZASOBACH INNYCH PODMIOTÓW
3. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI

Dane dotyczące Wykonawcy/Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia

.....
/nazwa Wykonawcy ubiegającego się o udzielenie zamówienia/

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. **Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach** prowadzonego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, oświadczam, co następuje:

1. INFORMACJA DOTYCZĄCA WYKONAWCY

Oświadczam że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone przez Zamawiającego w SIWZ w pkt. 6.2.3 dotyczące posiadanej zdolności technicznej lub zawodowej.

2. INFORMACJA W ZWIĄZKU Z PODLEGANIEM NA ZASOBACH INNYCH PODMIOTÓW

Oświadczam, że w celu spełnienia warunków udziału w postępowaniu, określonych przez Zamawiającego dotyczących posiadanej zdolności technicznej lub zawodowej, polegam na zasobach następującego/ych podmiotu/ów:

.....
.....

w następującym zakresie:

.....
.....

(wskazać podmiot i określić odpowiedni zakres dla wskazanego podmiotu).

3. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

Miejsce i data.....

Imię i nazwisko

Podpis.....

/upelnomocniony przedstawiciel Wykonawcy zgodnie z aktem rejestrowym
lub upoważniony Pełnomocnik/



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Załącznik Nr 4
PN/3/18
Projekt umowy

UMOWA Nr /2018

zawarta w dniu 2018 r. w Katowicach, przy ulicy Kościuszki 30
pomiędzy:

Województwem Śląskim,

Wojewódzkim Urzędem Pracy w Katowicach

z siedzibą przy **ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice**

NIP Województwa Śląskiego 954-277-00-64

reprezentowanym przez:

.....
Dyrektora lub osobę upoważnioną

zwanym dalej „ZAMAWIAJĄCYM”

a

.....
zwaną dalej „WYKONAWCĄ”

§ 1

1. Umowa zawarta zostaje po przeprowadzeniu postępowania Nr **PN/3/18** o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego zgodnie z art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. – Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1579 z późn. zm.).
2. Dokumentacja prowadzona jest w Wydziale Pomocy Prawnej i Zamówień Publicznych WUP pod Nr **PN/3/18** i łącznie z niniejszą umową stanowi całość postępowania.

§ 2

Przedmiotem zamówienia jest **Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach** zgodnie z ofertą złożoną w postępowaniu Nr PN/3/18.

§ 3

1. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania zamówienia zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia stanowiącym załącznik Nr 1 do niniejszej umowy.
2. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania Umowy z należytą starannością.
3. Wykonawca jest zobowiązany po realizacji całej kampanii do przekazania Raportu z kampanii w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strony power.wup-katowice.pl, rpo.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics.
4. Wykonawca oświadcza, że posiada umiejętności i kwalifikacje do wykonania usługi.
5. Osobami zaangażowanymi do wykonania zamówienia są:
 1. koordynator zadania:.....
 2. specjalista ds. content marketingu/copywriter/dziennikarz:.....
 3. grafik :.....
 4. specjalista ds. kampanii internetowej:.....
6. Wykonawca oświadcza, iż:
 - a) ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą landing page każdej kampanii wyniesie.....
 - b) ilość obejrzeń każdego z 6 filmów o długości min. 50% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanałów wideo i social media wyniesie
 - c) ilość wyświetleń każdego z 6 filmów o długości 30 sek. na wybranych serwisach internetowych wyniesie
 - d) ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów opublikowanych na serwisach internetowych, (których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018) z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową wyniesie.....

§ 4

Zamówienie należy zrealizować w terminie do dnia 15 grudnia 2018 r.

§ 5

1. W ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 6 ust. 1, z chwilą dostarczenia przez Wykonawcę Raportu podsumowującego kampanię, obejmującego dane na temat skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań (zwanych dalej Utworem) Wykonawca, na zasadzie wyłączności, przenosi bezzwrotnie, bez ograniczeń terytorialnych, czasowych i ilościowych, na Zamawiającego, a Zamawiający przyjmuje, całość autorskich praw majątkowych do Utworu w nieograniczonej ilości wydań i wielkości nakładów, z prawem dalszego rozporządzenia, udzielania licencji oraz zezwoleń na udzielanie sublicencji na wszystkich polach eksploatacji, o których mowa w art. 50 pkt. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2017 r., poz. 880 z późn. zm.) tj. w zakresie utrwalania i zwielokrotniania Utworu - wytwarzanie określonej liczby egzemplarzy Utworu w tym technika cyfrowa; w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których Utwór utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy; w zakresie rozpowszechniania Utworu w sposób inny niż określony powyżej - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także

publiczne udostępnianie Utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym w szczególności:

- 1) wykorzystywanie Utworu w celu prowadzenia przez Zamawiającego Portalu Internetowego na potrzeby Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL 2014-2020) oraz na potrzeby Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014 – 2020 (POWER 2014-2020) lub innych;
 - 2) wykorzystywanie Utworu na stronie internetowej (stronach internetowych) służącej Zamawiającemu do prowadzenia działalności;
 - 3) tłumaczenie Utworu na wszystkie języki;
 - 4) zastrzegania Utworu jako chronione dobra własności przemysłowej;
 - 5) używania Utworu w reklamie lub promocji jakichkolwiek produktów i usług;
 - 6) swobodnego używania i korzystania z Utworów oraz ich pojedynczych elementów w zakresie promocji i reklamy;
 - 7) rozwoju i ulepszania Utworu;
 - 8) wprowadzania do obrotu w kraju i za granicą;
 - 9) wprowadzania do pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych oraz sieci multimedialnych;
 - 10) wykorzystywania Utworu w radiu, w sieci Internet oraz w innych sieciach komputerowych i innych mediach podobnych;
 - 11) tworzenia i rozpowszechniania Utworów zależnych;
 - 12) trwale lub czasowe zwielokrotnianie Utworu w całości lub w części, jakimikolwiek środkami, i w jakiegokolwiek formie;
 - 13) tłumaczenie, przystosowywanie, zmiana układu lub jakiegokolwiek inne zmiany w Utworze;
 - 14) rozpowszechnianie, w tym użyczenie lub najem Utworu lub jego kopii.
2. Przeniesienie, o którym mowa w ust. 1 obejmuje również prawo zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego odnośnie Utworu.
 3. W przypadku zaistnienia konieczności rozszerzenia zakresu eksploatacji utworu o pola niewymienione w Umowie, Strony w odrębnej umowie uregulują warunki przeniesienia praw majątkowych na nieobjęte umową pola eksploatacji. Zamawiającemu przysługuje prawo pierwszeństwa w nabyciu praw do eksploatacji Utworu na niewymienionych w umowie polach eksploatacji.
 4. Wykonawca przenosi na Zamawiającego prawo do wszelkich oznaczeń będących elementem Utworu, w tym do uzyskania prawa ochronnego na takie oznaczenia jak znaki towarowe lub oznaczenia geograficzne.
 5. Wykonawca oświadcza, iż zrzeka się pośrednictwa organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi przy wykonywaniu i zarządzaniu prawami autorskimi do Utworu oraz we wszelkich czynnościach podobnych.

§ 6

1. Całkowita wartość zamówienia brutto wynosi zł (słownie:
złoty/100), w tym:
 - a) Cena realizacji kampanii w ramach środków RPO WSL wynosi zł (słownie:
złoty/100);

- b) Cena realizacji kampanii w ramach środków POWER wynosi zł (słownie: złotych .../100);
2. Zapłata zostanie dokonana przelewem na rachunek podany przez Wykonawcę, w terminie 30 dni od daty otrzymania faktury.
 3. Warunkiem zapłaty za usługę jest dostarczenie przez Wykonawcę raportu z kampanii, o którym mowa w § 3 ust.3
 4. W przypadku złożenia faktury zawierającej błędy, termin o którym mowa w ust. 2 liczony będzie od dnia złożenia faktury korygującej.

§ 7

1. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy **Wykonawca** zapłaci **Zamawiającemu** karę umowną w wysokości 20 % wartości brutto zamówienia, o której mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy.
2. **Wykonawca** zapłaci **Zamawiającemu** kary umowne:
 - a) za opóźnienie w wykonaniu przedmiotu umowy, w wysokości 0,4% wartości brutto zamówienia, o którym mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy, za każdy dzień opóźnienia;
 - b) za opóźnienie w usunięciu wad w wysokości 0,4% wartości brutto zamówienia, o którym mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy, za każdy dzień opóźnienia liczony od ostatniego dnia wyznaczonego na usunięcie wad;
3. W przypadku odstąpienia przez **Zamawiającego** od umowy z powodu okoliczności, za które odpowiada **Wykonawca**, zapłaci on **Zamawiającemu** karę umowną w wysokości 20% wartości brutto zamówienia, o której mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy.
4. W przypadku niedotrzymania terminu płatności faktury przez **Zamawiającego** zapłaci on **Wykonawcy** odsetki ustawowe za opóźnienie liczone od wartości faktury.
5. **Zamawiającemu** przysługuje prawo dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, w przypadku gdy szkoda przewyższa wartość zastrzeżonych kar umownych.
6. **Zamawiający** zastrzega sobie prawo do potrącenia na podstawie art. 498 i dalszych Kodeksu Cywilnego z wartości brutto zamówienia wszelkich możliwych należności z tytułu kar umownych i innych odszkodowań, po uprzednim wezwaniu Wykonawcy do ich zapłaty.

§ 8

(jeżeli dotyczy)

1. Za działania lub zaniechania podmiotów, którym Wykonawca powierzył wykonanie części zamówienia, Wykonawca odpowiada jak za własne.
2. W trakcie realizacji umowy, Wykonawca może dokonać zmiany podwykonawcy, bądź z podwykonawcy zrezygnować (jeżeli dotyczy).
3. Jeżeli zmiana lub rezygnacja z podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się na zasadach określonych w art. 22a ust. 1, 2 ustawy Pzp, Wykonawca zobowiązany jest wykazać Zamawiającemu, iż proponowany inny podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia te warunki w stopniu nie mniejszym niż wymagany w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia (jeżeli dotyczy). Wymieniona zmiana wymaga akceptacji Zamawiającego.
4. Zmiana podwykonawcy zaaprobowana w formie pisemnej przez Zamawiającego nie stanowi zmiany treści umowy.
5. W przypadku naruszenia postanowień ust. 3 Zamawiający może rozwiązać umowę ze skutkiem natychmiastowym.

§ 9

W przypadku niedotrzymania terminu realizacji zamówienia – **Zamawiający** może w terminie 7 dni odstąpić od umowy bez dodatkowego wezwania **Wykonawcy** do spełnienia świadczenia.

§ 10

1. Zakazuje się istotnych zmian postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru **Wykonawcy**, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. **Zamawiający** dopuszcza możliwość wprowadzenia zmiany do niniejszej umowy w zakresie:

1) koordynatora zadania, specjalisty ds. content marketingu/copywritera/dziennikarza, grafika, specjalisty ds. kampanii internetowej

Warunki zmiany: zmianę taką dopuszcza się w sytuacji, gdy okaże się ona konieczna ze względu na śmierć lub chorobę bądź inną okoliczność dot. w/w personelu (uzasadnione przez Wykonawcę) wskazanego w ofercie. Warunkiem dokonania takiej zmiany jest poinformowanie Zamawiającego przez Wykonawcę o konieczności zmiany wraz z podaniem przyczyn oraz przekazanie Zamawiającemu do jego akceptacji danych osobowych wraz z dokumentami potwierdzającymi kwalifikacje i doświadczenie zawodowe osób proponowanych w zastępstwie. Kwalifikacje i doświadczenie nowych osób proponowanych w zastępstwie powinny być zgodne z warunkiem określonym w pkt. 6.2.3. SIWZ.

3. Zmiana, o której mowa w ust. 2 nastąpi w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 11

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie właściwe przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 459 z późn. zm.) oraz ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579z późn. zm.).

§ 12

Spory mogące wyniknąć na tle niniejszej umowy rozstrzygał będzie sąd właściwy dla siedziby **Zamawiającego**.

§ 13

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, tj. dwa egzemplarze dla Zamawiającego oraz jeden dla Wykonawcy.

ZAMAWIAJĄCY:

WYKONAWCA:

Załączniki

1. Opis przedmiotu zamówienia

Załącznik nr 1 do umowy Opis przedmiotu zamówienia

I. KAMPANIA RPO WSL

1. Prezentacja przedmiotu kampanii

Przedmiotem kampanii są możliwości wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach:

- wsparcie dla nieaktywnych zawodowo po 30 roku życia: bezpłatne szkolenia, staże i praktyki zawodowe, subsydiowane zatrudnienie, doradztwo zawodowe i pośrednictwo pracy,
- wsparcie typu outplacement dla osób zwolnionych lub zagrożonych zwolnieniem z przyczyn dotyczących zakładu pracy,
- dofinansowane usługi rozwojowe (szkolenia, studia podyplomowe, coaching, mentoring i doradztwo) dla przedsiębiorstw MŚP i ich pracowników oraz osób samozatrudnionych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania,
- bezpłatne szkolenia zawodowe dla dorosłych (zarówno pracujących jak i nieaktywnych),
- bezpłatne szkolenia językowe i informatyczne dla osób pracujących.

2. Informacje ogólne o kampanii

2.1 Zadania dla Wykonawcy:

- przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii,
- stworzenie materiałów na potrzeby kampanii – zgodnie z koncepcją kreatywną,
- zaplanowanie i zakup mediów,
- realizacja kampanii,
- opracowanie raportu pokampanijnego.

2.2 Grupa docelowa kampanii:

- **mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku aktywności zawodowej od 18 do 65 roku życia, w tym w szczególności:**
 - osoby nieaktywne zawodowo po 30 roku życia,
 - kobiety,
 - osoby powyżej 50 roku życia,
 - osoby niepełnosprawne,
 - osoby o niskich kwalifikacjach (wykształcenie maksymalnie średnie),
 - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji,
 - osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku pracy.
- **mieszkańcy woj. śląskiego, właściciele i kadra zarządzająca mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pracownicy w/w przedsiębiorstw oraz osoby samozatrudnione.**

2.3 Zasięg kampanii:

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

2.4 Cele kampanii:

Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. rpo.wup-katowice.pl oraz wzrost ruchu na nim.

Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy.

2.5 Termin kampanii:

Kampania będzie trwała co najmniej 6 tygodni w okresie między 1 września a 30 listopada 2018 r. Szczegółowy harmonogram kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym po podpisaniu umowy. Raport z kampanii zostanie przedstawiony najpóźniej 15 dni po zakończeniu kampanii, jednak nie później niż do 15 grudnia 2018 r.

2.6 Spójność:

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Wszystkie działania związane z realizacją kampanii muszą być spójne.

Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.

2.7 Elementy obowiązkowe:

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów – wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający.

3. Prawa autorskie:

Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć z banku zdjęć (tam gdzie to możliwe należy wykonać zdjęcia autorskie np. bohaterów artykułów takich jak osoby, które skorzystały ze wsparcia EFS czy ekspertów wypowiadających się na potrzeby artykułu) oraz muzyki z banku muzyki. Wszystkie teksty oraz grafiki powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że

przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie z chwilą doręczenia przedmiotu umowy na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowania w Internecie,
- b) utrwalania i zwielokrotniania dowolną techniką,
- c) rozpowszechniania w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzenie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.

Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (artykułów sponsorowanych i filmów wideo) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

4. Narzędzia w kampanii:

Uwaga: Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania mobilnych wersji reklamy oraz zaplanowania i zrealizowania **30%** działań w kanale mobile.

4.1 Reklama w mediach społecznościowych:

Przygotowanie koncepcji (w tym stworzenie tekstów i niezbędnych grafik oraz wybór adekwatnych form reklamy) oraz przeprowadzenie działań reklamowych na potrzeby kanału social media prowadzonego przez Zamawiającego przez cały okres trwania kampanii.

Wykonawca opracuje 8 rodzajów reklam (po 2 do każdego z poniższych tematów):

1. Usługi rozwojowe dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.
2. Szkolenia językowe i komputerowe dla osób pracujących.
3. Szkolenia zawodowe dla pracujących i nieaktywnych zawodowo.
4. Wsparcie dla osób nieaktywnych zawodowo.

Zamawiający przydzieli Wykonawcy uprawnienia do oficjalnego fanpage'a programu: <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>; działania reklamowe powinny być targetowane na grupę docelową określoną w pkt. 2.2, możliwe dodatkowo targetowanie np. po zainteresowaniach (polubieniach); reklamy w social media powinny przekierowywać do strony rpo.wup-katowice.pl; łącznie w ramach całej kampanii w wyniku działań reklamowych w social media landing page powinno odwiedzić min. 4 000 maksymalnie 8 000 unikalnych użytkowników.

4.2 Produkcja filmów wideo:

1. Wykonawca przygotowuje koncepcję oraz wyprodukuje **4 filmy wideo** do emisji w Internecie. Będą to **spoty o długości 30 sekund** o charakterze zachęty przedstawiające osobę, która skorzystała ze wsparcia Europejskiego Funduszu Społecznego (*human story/success story*).
2. Zamawiający dostarczy Wykonawcy dane kontaktowe do osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach projektów i wyraziły zgodę na udział w nagraniu. W drodze wyjątku Zamawiający dopuszcza jednak w przypadku braku możliwości uzyskania zgody lub wycofania się ze zgody uczestnika projektu na udział w nagraniu w terminie uniemożliwiającym znalezienie zastępstwa i realizację nagrania zgodnie z umową:
 - zaangażowanie przez Wykonawcę aktorów (mogą to być aktorzy niezawodowi),
 - zmianę koncepcji spotu.
3. Styl i forma do uzgodnienia z Zamawiającym. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy głównie do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
4. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów wideo audiodeskrypcji (w formie napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj.

- wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści). Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania.
5. Wykonawca przewidzi honorarium dla osób występujących w filmach (minimum 500 zł dla aktora - amatora), za wyjątkiem pracowników Zamawiającego, jeśli zgodnie ze scenariuszem wystąpią w materiałach wideo.
 6. Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt do realizacji nagrań wideo (w tym kamera cyfrowa Full HD, oświetlenie, udźwiękowanie itp.) oraz ekipę mającą doświadczenie, w tym operatora, montażystę, osobę odpowiedzialną za profesjonalne udźwiękowanie i oświetlenie.
 7. Materiały wideo będą realizowane każdorazowo na podstawie przekazanego Wykonawcy przez Zamawiającego briefu zawierającego dane kontaktowe Beneficjenta (podmiotu realizującego projekt finansowany z EFS), dane kontaktowe uczestnika/uczestników projektu, którzy skorzystali ze wsparcia do przeprowadzenia rozmów, podstawowe informacje o projekcie itp. Brief będzie przekazywany co najmniej na 5 dni przed terminem nagrania.
 8. Wymagana jest oprawa graficzna filmów w postaci belek z podpisami, czołówki (w zależności od potrzeb)/tyłówki (obowiązkowo muszą zostać uwzględnione logotypy FE), prostych grafik 2D (np. kluczowe zwroty, liczby, które padną w wypowiedziach).
 9. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo.
 10. Nagrania będą realizowane na terenie woj. śląskiego.
 11. Materiały wideo muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
 12. Wykonawca prześle Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utrwalone na płycie DVD.
 13. W terminie 7 dni od podpisania umowy zostanie ustalony harmonogram realizacji nagrań materiałów wideo. Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych (dostępność osób biorących udział w nagraniu).

4.3 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję 4 spotów wideo o długości 30 s., o których mowa w pkt 4.2, w tym:

- emisję **4 spotów o długości 30 s.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV na którym Zamawiający posiada konto) z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000 maksymalnie 20 000 obejrzeń o długości min. 50% czasu trwania danego filmu.
- emisję **4 spotów o długości 30 s.** na wybranych serwisach internetowych z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 25 000 maksymalnie 75 000.

4.4 Content marketing:

Stworzenie **5 artykułów** natywnych o objętości min. 5000 znaków ze spacjami każdy (wzbogaconych materiałami audiowizualnymi, tj. filmami wideo i ewentualnie grafikami/infografikami) oraz ich emisja na serwisach internetowych z treściami o charakterze informacyjnym (targetowanie na woj. śląskie) tematycznie dopasowanych do wyżej opisanych artykułów natywnych (np. Wiadomości, Finanse itp.), których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 (na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018).

Do zadań Wykonawcy należy stworzenie artykułów tak, by jak najbardziej przypominały teksty redakcyjne i spełniały wymagania właścicieli portali. Publikacje artykułów muszą być rozłożone w czasie w okresie trwania kampanii. Artykuły powinny odsyłać do strony rpo.wup-katowice.pl. Każdy z artykułów powinien mieć min. 3000, maksymalnie 5 000 unikalnych użytkowników.

5. Raport podsumowujący

Po zrealizowaniu całej kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona rpo.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje);

II. Kampania PO WER

1. Prezentacja przedmiotu kampanii

Przedmiotem kampanii są możliwości wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach

- wsparcie dla osób do 29 roku życia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, staży i praktyk zawodowych, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, dotacji na założenie własnej firmy.

2. Informacje ogólne o kampanii

2.1 Zadania dla Wykonawcy:

- przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii,
- stworzenie materiałów na potrzeby kampanii – zgodnie z koncepcją kreatywną,
- zaplanowanie i zakup mediów,
- realizacja kampanii,
- opracowanie raportu pokampanijnego.

2.2 Grupa docelowa kampanii:

Opis programowy:

- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, nieaktywne zawodowo, nie uczące się i nie biorące udział w szkoleniach (tzw. młodzież NEET - (ang. not in employment, education or training),
- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w tym: imigranci, reemigranci, osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, tzw. ubodzy pracujący, osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych.

Opis mediowy:

- **mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w tym w szczególności:
 - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji,
 - osoby zainteresowane założeniem własnej firmy,
 - osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku prac.

2.3 Zasięg kampanii:

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

2. 4 Cele kampanii:

Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach PO WER,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. power.wup-katowice.pl oraz wzrost ruchu na nim.

Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- popularyzacja samozatrudnienia i przedsiębiorczości,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy.

2.5 Termin kampanii:

Kampania będzie trwała co najmniej 6 tygodni między 1 września a 30 listopada 2018 r. (zgodnie z ustaleniami z Zamawiającym). Raport z kampanii zostanie przedstawiony najpóźniej 15 dni po zakończeniu kampanii, jednak nie później niż do 15 grudnia 2018 r.

2.6 Spójność:

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Wszystkie działania związane z realizacją kampanii muszą być spójne.

Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.

2.7 Prawa autorskie:

Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć z banku zdjęć (tam gdzie to możliwe należy wykonać zdjęcia autorskie np. bohaterów artykułów sponsorowanych takich jak osoby, które skorzystały ze wsparcia EFS czy ekspertów wypowiadających się na potrzeby artykułu) oraz muzyki z banku muzyki. Wszystkie teksty oraz grafiki powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie z chwilą doręczenia przedmiotu umowy na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowania w Internecie,
- b) utrwalania i zwielokrotniania dowolną techniką,
- c) rozpowszechniania w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzenie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.

Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (artykułów sponsorowanych i filmów wideo) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

2.8 Elementy obowiązkowe:

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów – wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający.

3. Narzędzia w kampanii:

Uwaga: Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania mobilnych wersji reklamy oraz zaplanowania i zrealizowania 30 % działań w kanale mobile.

3.1 Reklama w mediach społecznościowych:

Przygotowanie koncepcji (w tym stworzenie tekstów i niezbędnych grafik oraz wybór adekwatnych form reklamy) oraz przeprowadzenie działań reklamowych na potrzeby kanału social media prowadzonego przez Zamawiającego przez cały okres trwania kampanii. Wykonawca opracuje **4 rodzaje reklam** promujące możliwości wsparcia dla osób młodych w ramach PO WER.

W razie potrzeby Zamawiający przydzieli Wykonawcy uprawnienia do oficjalnego fanpage'a programu: <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>; działania reklamowe powinny być targetowane na grupę docelową określoną w pkt. 2.2, możliwe dodatkowe targetowanie np. po zainteresowaniach (polubieniach); reklamy w social media powinny przekierowywać do strony power.wup-katowice.pl;; łącznie w ramach całej kampanii w wyniku działań reklamowych w social media landing page powinno odwiedzić min. 4 000, maksymalnie 8 000 unikalnych użytkowników.

3.2 Produkcja filmów wideo:

1. Wykonawca przygotowuje koncepcję oraz wyprodukuje **2 filmy wideo** do emisji w Internecie. Będą to **spoty o długości 30 sekund** o charakterze zachęty przedstawiające osobę, która skorzystała ze wsparcia Europejskiego Funduszu Społecznego (*human story/success story*).
2. Zamawiający dostarczy Wykonawcy dane kontaktowe do osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach projektów i wyraziły zgodę na udział w nagraniu. W drodze wyjątku Zamawiający dopuszcza jednak w przypadku braku możliwości uzyskania zgody lub wycofania się ze zgody uczestnika projektu na udział w nagraniu w terminie uniemożliwiającym znalezienie zastępstwa i realizację nagrania zgodnie z umową:
 - zaangażowanie przez Wykonawcę aktorów (mogą to być aktorzy niezawodowi),
 - zmianę koncepcji spotu.
3. Styl i forma do uzgodnienia z Zamawiającym. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy głównie do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
4. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów wideo audiodeskrypcji (w formie napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści). Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania.
5. Wykonawca przewidzi honorarium dla osób występujących w filmach (minimum 500 zł dla aktora - amatora), za wyjątkiem pracowników Zamawiającego, jeśli zgodnie ze scenariuszem wystąpią w materiałach wideo.

6. Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt do realizacji nagrań wideo (w tym kamera cyfrowa Full HD, oświetlenie, udźwiękowanie itp.) oraz ekipę mającej doświadczenie, w tym operatora, montażystę, osobę odpowiedzialną za profesjonalne udźwiękowanie i oświetlenie.
7. Materiały wideo będą realizowane każdorazowo na podstawie przekazanego Wykonawcy przez Zamawiającego briefu zawierającego dane kontaktowe Beneficjenta (podmiotu realizującego projekt finansowany z EFS), dane kontaktowe uczestnika/uczestników projektu, którzy skorzystali ze wsparcia do przeprowadzenia rozmów, podstawowe informacje o projekcie itp. Brief będzie przekazywany co najmniej na 5 dni przed terminem nagrania.
8. Wymagana jest oprawa graficzna filmów w postaci belek z podpisami, czołówki (w zależności od potrzeb)/tyłówki (obowiązkowo muszą zostać uwzględnione logotypy FE), prostych grafik 2D (np. kluczowe zwroty, liczby, które padną w wypowiedziach).
9. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo.
10. Nagrania będą realizowane na terenie woj. śląskiego.
11. Materiały wideo muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.
12. Wykonawca prześle Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utrwalone na płycie DVD.
13. W terminie 7 dni od podpisania umowy zostanie ustalony harmonogram realizacji nagrań materiałów wideo. Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych (dostępność osób biorących udział w nagraniu).

3.3 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję 2 spotów wideo o długości 30 s., o których mowa w pkt 3.2:

- w obrębie kanałów wideo i social media (kanał na którym posiada konto Zamawiający). Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000, maksymalnie 20 000 obejrzeń o długości min. 50% czasu trwania danego filmu oraz
- emisję 2 spotów wideo o długości 30 s. wybranych serwisach internetowych z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 25 000, maksymalnie 75 000 wyświetleń.

3.4 Content marketing:

Stworzenie **2 artykułów** natywnych o objętości min. 5000 znaków ze spacjami każdy (wzbogaconych materiałami audiowizualnymi, tj. filmami i grafikami/infografikami) oraz ich emisja na serwisach internetowych z treściami o charakterze informacyjnym (targetowanie na woj. śląskie) tematycznie dopasowanych do wyżej opisanych artykułów natywnych (np. Wiadomości, Finanse itp.), których łączna miesięczna liczba realnych użytkowników (RU) w woj. śląskim wynosi minimum 500 000 (na podstawie Megapanel PBI/Gemius za marzec 2018).

Do zadań Wykonawcy należy stworzenie artykułów tak, by jak najbardziej przypominały teksty redakcyjne i spełniały wymagania właścicieli portali. Publikacje artykułów muszą być rozłożone w czasie w okresie trwania kampanii. Artykuły powinny odsyłać do landing page'a. Każdy z artykułów publikowanych powinien mieć min. 3 000, maksymalnie 5 000 unikalnych użytkowników.

4. Raport podsumowujący

Po zrealizowaniu całej kampanii Wykonawca prześle Zamawiającemu raport w formie elektronicznej i papierowej obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona power.wup-katowice.pl – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje);

Uwaga: Oświadczenie należy złożyć w terminie 3 dni od zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego informacji z otwarcia ofert, o której mowa w pkt. 14.6 SIWZ.



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Załącznik Nr 5

PN/3/18

**Oświadczenia o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej,
o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp**

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego pn. Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach

.....
/nazwa Wykonawcy ubiegającego się o udzielenie zamówienia/

Nawiązując do zamieszczonej po otwarciu ofert na stronie internetowej Zamawiającego informacji, o której mowa w art. 86 ust. 5 ustawy Pzp oświadczamy, że¹:

- nie należymy do tej samej grupy kapitałowej z żadnym z Wykonawców, którzy złożyli ofertę w niniejszym postępowaniu,
- należymy do tej samej grupy kapitałowej z następującymi Wykonawcami w rozumieniu ustawy z dnia 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t. j. Dz.U.2017 poz. 229).

Lista Wykonawców składających ofertę w niniejszym postępowaniu, należących do tej samej grupy kapitałowej:

Lp.	Nazwa podmiotu	Adres podmiotu
1		
2		
3		

Miejsce i data.....

Imię i nazwisko

Podpis.....

/pełnomocniony przedstawiciel Wykonawcy zgodnie z aktem rejestrowym
lub upoważniony Pełnomocnik/

WYKAZ USŁUG ZREALIZOWANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ*

(zgodnie z wymogami zawartymi w pkt 6.2.3 .1 Rozdziału I SIWZ)

Lp.	Nazwa jednostki, dla której świadczona była usługa	Przedmiot zrealizowanej usługi	Data wykonania usługi	Wartość usługi**
1	2	3	4	5
1.		 Dzień/miesiąc/rok	

* do usługi wymienionej w powyższym wykazie należy załączyć dowód potwierdzający należyte wykonanie

** Jeśli usługa obejmowała również inne elementy, należy podać tylko wartość realizacji kampanii reklamowej internetowej.

.....

Miejscowość, data

.....

Podpis Wykonawcy lub osoby upoważnionej

WYKAZ OSÓB UCZESTNICZĄCYCH W REALIZACJI ZAMÓWIENIA
(zgodnie z wymogami zawartymi w pkt 6.2.3.2 Rozdziału I SIWZ)

Lp.	Imię i nazwisko	Wykształcenie	Doświadczenie	Podstawa dysponowania osobami* <u>w ramach realizacji niniejszego zamówienia</u>
1	2	3	4	5
1.	Koordinator zadania 		1. Kampania reklamowa przeprowadzona co najmniej w Internecie w ramach której były koordynowane zadania. Przedmiot kampanii. Nazwa zleceniodawcy Data realizacji kampanii (Dzień/miesiąc/rok) 2. Kampania reklamowa przeprowadzona co najmniej w Internecie w ramach której były koordynowane zadania. Przedmiot kampanii. 	

			<p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p><i>Data realizacji kampanii (Dzień/miesiąc/rok)</i></p> <p>.....</p> <p>.</p>	
2.	<p>Specjalista ds. content marketingu/copywriter/dziennikarz</p> <p>.....</p> <p>.....</p>		<p>1. Doświadczenie w tworzeniu artykułów o tematyce FE (programów unijnych), które zostały wydane/opublikowane w Internecie lub w wydaniach ciągłych (ISSN) lub zwartych (ISBN)</p> <p>Tytuł artykułu -</p> <p>Tytuł publikacji lub nazwa serwisu /strony internetowej na której ukazał się artykuł</p> <p>.....</p> <p><i>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok)</i></p> <p>.....</p> <hr/> <p>2. Doświadczenie w tworzeniu artykułów o tematyce FE (programów unijnych), które zostały wydane/opublikowane w Internecie lub w wydaniach ciągłych (ISSN) lub zwartych (ISBN)</p> <p>Tytuł artykułu -</p> <p>Tytuł publikacji lub nazwa serwisu /strony internetowej na której ukazał się artykuł</p> <p>.....</p> <p><i>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok)</i></p> <p>.....</p>	

			<p>3. Doświadczenie w tworzeniu artykułu o tematyce FE (programów unijnych), który został wydany/opublikowany w Internecie lub w wydaniu ciągłym (ISSN) lub zwartym (ISBN)</p> <p>Tytuł artykułu - </p> <p>Tytuł publikacji lub nazwa serwisu /strony internetowej na której ukazał się artykuł </p> <p><i>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok)</i> </p>	
			<p>4. Doświadczenie w tworzeniu artykułu o tematyce FE (programów unijnych), który został wydany/opublikowany w Internecie lub w wydaniu ciągłym (ISSN) lub zwartym (ISBN)</p> <p>Tytuł artykułu - </p> <p>Tytuł publikacji lub nazwa serwisu /strony internetowej na której ukazał się artykuł </p> <p><i>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok)</i> </p>	
3.	Grafik 		<p>1. Kampania reklamowa, przeprowadzona co najmniej w Internecie, dla której projektowana była koncepcja kreatywna</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy </p> <p><i>Data realizacji kampanii (Dzień/miesiąc/rok)</i> </p>	

		<p>2. Kampania reklamowa, przeprowadzona co najmniej w Internecie, dla której projektowana była koncepcja kreatywna</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p><i>Data realizacji kampanii (Dzień/miesiąc/rok)</i></p> <p>.....</p>	
4.	<p>Specjalista ds. kampanii internetowej</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>1. Kampania reklamowa przeprowadzona co najmniej w Internecie zawierająca planowanie i realizację działań reklamowych w social media.</p> <p>Przedmiot kampanii</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p><i>Data realizacji kampanii (Dzień/miesiąc/rok)</i></p> <p>.....</p>	
		<p>2. Kampania reklamowa przeprowadzona co najmniej w Internecie zawierająca planowanie i realizację działań reklamowych w social media.</p> <p>Przedmiot kampanii</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p><i>Data realizacji kampanii (Dzień/miesiąc/rok)</i></p>	

		
--	--	-------	--

* W przypadku korzystania z osób zdolnych do wykonania zamówienia, które zostaną udostępnione przez inne podmioty, Wykonawca załączy do oferty pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji osób na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia

.....

Miejscowość, data

.....

Podpis Wykonawcy lub osoby upoważnionej

