



ZAPYTANIE O WYCENĘ SZACUNKOWĄ NA PRZYGOTOWANIE I REALIZACJĘ KAMPANII INFORMACYJNEJ W RAMACH PROGRAMU WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ

Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBR), z siedzibą w Warszawie (00-695) przy ul. Nowogrodzkiej 47a (NIP: 701-007-37-77, REGON: 141032404) planuje wszczęcie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem będzie przygotowanie i realizacja kampanii informacyjnej dotyczącej konkursu Uniwersytet Młodego Odkrywcy w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój. W związku z powyższym, w celu oszacowania wartości zamówienia Zamawiający zwraca się z prośbą o udzielenie informacji na temat szacunkowej ceny netto oraz brutto całkowitego kosztu realizacji usługi.

- 1. Przedmiot zamówienia:** przygotowanie i realizacja kampanii informacyjnej w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.
- 2. Kod CPV:** 79970000-4 Usługi publikacji
79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe
- 3. Kontekst zamówienia/założenia merytoryczne konkursu**

Konkurs Uniwersytet Młodego Odkrywcy realizowany jest przez NCBR w ramach Działania 3.1 Kompetencje w szkolnictwie wyższym PO WER, w ramach tzw. trzeciej misji uczelni, jako forum aktywności społecznej, np. poprzez programy realizowane przy współpracy z organizacjami pozarządowymi, przyczyniające się do rozwoju kompetencji kluczowych, odpowiadających potrzebom rynku pracy, gospodarki i społeczeństwa.

Konkurs skierowany jest do szkół wyższych publicznych bądź niepublicznych, które nawiążą formalną współpracę z podmiotami działającymi na rzecz edukacji, mającymi doświadczenie i merytoryczny zakres działalności związany z celami projektu, i wspólnie zrealizują projekt. Projekty dofinansowane w konkursie będą trwałe od 12 miesięcy do 24 miesięcy.

Działania ujęte w projektach będą przewidywać opracowanie przez uczelnie programów kształcenia i realizację działań dydaktycznych dla dzieci i młodzieży w wieku od 6 do 16 lat (wspólnie z podmiotami działającymi na rzecz nauki), służących rozwijaniu u jego uczestników kompetencji pozwalających na:

- rozbudzanie ich ciekawości poznawczej;
- stymulowanie intelektualnego, aksjologicznego i społecznego rozwoju młodego pokolenia;

- inspirowanie do twórczego myślenia i rozwijania zainteresowań i pasji;
- propagowanie kultury innowacyjności;
 - zapoznanie ze środowiskiem akademickim i uczelnią jako miejscem naukowego oglądu rzeczywistości;
 - integrację lokalnej społeczności wokół ośrodków akademickich przez stworzenie warunków do prowadzenia zorganizowanych, pozaszkolnych zajęć edukacyjnych, popularyzatorskich, a także do wsparcia działalności i podwyższenia jakości już prowadzonych zajęć.

Wskazane powyżej działania umożliwią młodzieży rozwój co najmniej trzech ze wskazanych niżej kompetencji kluczowych i umiejętności uniwersalnych, tzw. transversal skills, niezbędnych na rynku pracy:

- umiejętności matematyczno-przyrodnicze;
- umiejętności posługiwania się językami obcymi;
- ICT;
- umiejętność rozumienia (ang. literacy);
- kreatywność;
- innowacyjność;
- przedsiębiorczość;
- krytyczne myślenie;
- rozwiązywanie problemów;
- umiejętność uczenia się,
- umiejętność pracy zespołowej w kontekście środowiska pracy.

Wyższą ocenę w konkursie będą mogły uzyskać projekty, w których uczelnia zagwarantuje, że co najmniej 50% uczestników projektu, do których skierowana zostanie oferta edukacyjna, będzie zamieszkiwało na wsi oraz za zorganizowanie dla rodziców zajęć służących rozwojowi kompetencji wychowawczych oraz społecznych.

4. Cel zamówienia

Celem kampanii jest podniesienie świadomości potencjalnych beneficjentów oraz instytucji z nimi współpracujących w regionach (tj. władz uczelni, podmiotów działających na rzecz edukacji, organizacji pozarządowych), w zakresie działań adresowanych do dzieci i młodzieży w wieku od 6 do 16 lat, objętych wsparciem w konkursie Uniwersytet Młodego Odkrywcy. Chcemy dotrzeć z informacją na temat możliwości, jakie stwarzają im Fundusze Europejskie oraz na temat spodziewanych efektów, które w konsekwencji przyczynią się rozwojowi umiejętności niezbędnych na rynku pracy uczestniczących w projektach młodych osób. Zależy nam na inspirowaniu potencjalnych beneficjentów i zachęceniu ich by sięgali po środki unijne w ramach konkursu.

Istotne jest osiągnięcie możliwie największego zasięgu w regionach i dotarcie do jak największej grupy odbiorców.

- 5. Termin realizacji zamówienia:** czas trwania kampanii 2 tygodnie (planowane rozpoczęcie ok. 6 grudnia 2017 r.). W przypadku nieosiągnięcia wymaganej liczby odsłon, czas trwania kampanii będzie wydłużony do osiągnięcia wskaźnika.

6. Opis Przedmiotu Zamówienia

Przedmiotem zamówienia będzie przygotowanie i realizacja kampanii informacyjnej w mediach regionalnych dotyczącej konkursu Uniwersytet Młodego Odkrywcy w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój. Prowadzone działania powinny być skierowane na osiągnięcie założonych celów z uwzględnieniem przedstawionych grup odbiorców.

6.1 Zasięg kampanii: regionalny, obejmujący obszar minimum 70% dawnych miast wojewódzkich wg. podziału administracyjnego Polski (1975–1998).

6.2 Działania wchodzące w skład kampanii:

6.2.1 Publikacja artykułów sponsorowanych/advertoriali (dalej zwanych: Artykułami) w lokalnej/regionalnej prasie drukowanej

Działania będą prowadzone w prasie lokalnej lub regionalnej, w tytułach kolportowanych na terenie co najmniej 70% dawnych miast wojewódzkich wg podziału administracyjnego Polski, posiadających własne serwisy internetowe.

Publikacja Artykułu będzie w gazetach spełniających jednocześnie nw. kryteria:

- gazeta lokalna o zasięgu regionalnym obejmującym dawne miasto wojewódzkie (zgodnie z pkt 6.1),
- gazeta płatna, ukazująca się w wydaniu drukowanym co najmniej 5 razy w tygodniu; w przypadku niewystępowania dziennika, Zamawiający dopuszcza gazetę ukazującą się w wydaniu drukowanym jako tygodnik,
- gazeta, w której dominują tematy społeczne, gospodarcze, polityczne, a nie tematy o charakterze sensacji, plotek itp.

Wykonawca napisze jeden Artykuł obejmujący tekst o minimalnej objętości 2500 znaków ze spacjami, ze zdjęciem lub/i grafiką/infografiką na temat działań objętych wsparciem w konkursie Uniwersytet Młodego Odkrywcy w ramach PO WER oraz stworzy układ graficzny (layout). Artykuł zostanie opracowany na podstawie ogólnodostępnych materiałów oraz/lub materiałów przekazanych przez Zamawiającego, z uwzględnieniem udzielonych przez Zamawiającego wskazówek w zakresie merytorycznym i graficznym.

6.2.2 Emisja Artykułów w serwisach internetowych

Działanie obejmuje emisję Artykułów w serwisach internetowych gazet, w których ukazała się publikacja Artykułu w druku. Zamawiający oczekuje emisji Artykułu na głównej stronie portalu lub jego promocji, w formie zajawki Artykułu (co najmniej lead ze zdjęciem) na głównej stronie portalu z przekierowaniem do podstrony, na której znajduje się pełna wersja Artykułu.

6.2.3 Kampania banerowa w serwisach internetowych

Kampania banerowa polegająca na wykorzystaniu elementów graficznych – billboardów (obrazków, animacji, zdjęć, gifów, flashy, haseł – w formatach .jpg, .gif, .swf) w serwisach internetowych gazet, w których publikowane są Artykuły. Emisja billboardu w formacie np. 300 x 250 (Zamawiający nie dopuszcza mniejszego formatu) z przekierowaniem do strony www wskazanej przez Zamawiającego. Minimalna wymagana łączna liczba odsłon do osiągnięcia w ramach kampanii wynosi 500 000 odsłon.

Formy graficzne muszą być emitowane na głównej stronie portalu. lub w sekcjach gospodarczych i biznesowych.

6.3 Zadania Wykonawcy w ramach współpracy:

- przedstawienie media planu kampanii zawierającego m.in. tytuły gazet drukowanych, w których nastąpi publikacja Artykułu, adresy serwisów internetowych,
- redaktorskie opracowanie Artykułu na podstawie ogólnodostępnych materiałów oraz/lub materiałów przekazanych przez Zamawiającego oraz zgodnie z jego wskazówkami,
- druk Artykułu w kolorze, prawa strona, nie dalej niż na 5 stronie (Zamawiający nie dopuszcza publikacji w dodatku do dziennika regionalnego), zgodnie z pkt. 6.2.1,
- publikacja Artykułów w serwisach internetowych dzienników drukowanych,
- przygotowanie elementów graficznych (billboardów internetowych) i realizacja kampanii banerowej w serwisach internetowych dzienników drukowanych,
- promocja opracowanych treści przy wykorzystaniu dostępnych kanałów komunikacji, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych gazet i innych form promocji, zwiększających dotarcie do grupy odbiorców,
- zakup mediów, prowadzenie i rozliczenie kampanii w prasie i Internecie, zgodnie z założeniami przedstawionymi w niniejszym zapytaniu, w tym dot. wskaźników,
- wszystkie materiały powstałe w ramach realizacji zamówienia, w szczególności język komunikacji, powinny być poprawne językowo, gramatycznie, interpunkcyjnie, atrakcyjne, dostosowane do odbiorców oraz wzbogacone o ciekawą oprawę graficzną, oraz muszą być oznakowane zgodnie wymogami przedstawionymi w pkt. 6.4,
- przekazanie do akceptacji Zamawiającego wszystkich materiałów powstałych w trakcie realizacji zamówienia, m.in. treści, opracowań graficznych,
- opracowanie raportu z przeprowadzonej kampanii uwzględniającego wykaz przeprowadzonych działań i osiągnięte wyniki z podziałem na wykorzystane media.

6.4 Oznakowanie działań

W ramach współpracy, przysły Wykonawca zobowiązany będzie do oznakowania działań związanych z projektem zgodnie z wytycznymi dot. oznakowania projektów unijnych w perspektywie 2014-2020, tj. umieszczenia nw. logotypów:

- 6.4.1 logo **Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (NCBR)** zgodne ze wzorami przesłanymi przez Zamawiającego (lub do pobrania ze strony internetowej <http://www.ncbir.pl/dla-mediow/logotypy/narodowe-centrum-badan-i-rozwoju/>) lub adres strony internetowej **Narodowego Centrum Badań i Rozwoju**

- 6.4.2 logo **Funduszy Europejskich (FE)** z nazwą programu **Wiedza Edukacja Rozwój** zgodne ze wzorem zamieszczonym w Zasadach promocji i oznakowania projektów (do pobrania ze strony internetowej <http://www.power.gov.pl/strony/o-programie/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow/>).



- 6.4.3 symbol **flagi Unii Europejskiej (UE)** z **Europejskim Funduszem Społecznym** zgodny ze wzorem zamieszczonym w Zasadach promocji i oznakowania projektów (do pobrania ze strony internetowej <http://www.power.gov.pl/strony/o-programie/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow/>).



7. Osoba do kontaktu w sprawie zapytania:

Monika Markiewicz, Dział komunikacji i promocji, 22 39 07 241

- 8. Miejsce oraz termin przedłożenia wyceny:** przesłać drogą elektroniczną na adres monika.markiewicz@ncbr.gov.pl do dnia **15.11.2017 r. do godz. 23:59.**

9. Dodatkowe informacje:

- Wycena powinna być wyrażona w złotych polskich z uwzględnieniem należnego podatku VAT. Wycenę należy podać z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku (zł/gr).
- Wycena powinna obejmować pełny zakres prac określonych w zapytaniu oraz uwzględniać wszystkie koszty z nimi związane.
- W przyszłym zamówieniu, umowa zostanie zawarta na wzorze Zamawiającego, który będzie uwzględniał kary umowne za nieterminowe i nienależyte wykonanie umowy.
- Zamawiający, w przyszłym zamówieniu zastrzeże sobie prawo do:

- akceptacji oraz modyfikacji przedstawionych materiałów oraz sposobów ich znakowania. Wykonawca zobowiązany będzie do ewentualnej modyfikacji projektów wg wskazań Zamawiającego,
 - rezygnacji z zamówienia części usług ujętych w zapytaniu,
 - odstąpienia od zamówienia bez podania przyczyny oraz możliwość negocjacji przedstawionych warunków współpracy, w tym możliwość zmiany wskazanych w zapytaniu elementów zamówienia.
- Wykonawca przeniesie na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, bez żadnych ograniczeń czasowych i terytorialnych, na wszelkich znanych w chwili zawarcia Umowy polach eksploatacji, w tym określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 666, ze zm.), a w szczególności w zakresie:
 - 1) utrwalania, kopiowania, modyfikowania, wprowadzania do pamięci komputerów i serwerów komputerowych,
 - 2) wystawiania na publiczną prezentację (na ekranie), w tym podczas seminariów i konferencji, a także publicznego udostępniania w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym,
 - 3) wykorzystywania w materiałach wydawniczych oraz we wszelkiego rodzaju mediach audio-wizualnych i komputerowych,
 - 4) prawa do korzystania z utworów w całości lub z części oraz ich łączenia z innymi utworami, opracowania poprzez dodanie różnych elementów, uaktualnienie, tłumaczenie na inne języki.

10. Wycena powinna być złożona na załączonym formularzu wyceny szacunkowej (Zamawiający dopuszcza złożenie wraz z formularzem wyceny wstępnego opisu planowanych działań).