



Numer sprawy WO-ZP.2321.27.2016

**Załącznik Nr 1** do Zapytania Ofertowego

## **ZAPYTANIE OFERTOWE**

w postępowaniu, do którego **nie stosuje się** ustawy *Prawo zamówień publicznych*  
na

usługę

***organizacji kampanii informacyjno – promocyjnej Krajowego Funduszu Szkoleniowego***

Przedmiot zamówienia:

**Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Krajowego Funduszu Szkoleniowego:**

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

### **I. Cele i założenia kampanii dot. Krajowego Funduszu Szkoleniowego**

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

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

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

### 1.2 Grupy docelowe

Kampania będzie kierowana do pracodawców oraz do pracowników.

### 1.3 Zasięg kampanii informacyjno-promocyjnej

Zasięg kampanii informacyjno-promocyjnej: województwo podkarpackie.

### 1.4 Dodatkowe informacje o KFS

Więcej na temat KFS:

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

## II. Opracowanie kreacji kampanii informacyjno-promocyjnej

### 2.1 Przygotowanie jednolitej oprawy graficznej i informacyjnej kampanii

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

#### Zadania dla Wykonawcy:

- Przedstawienie **w terminie do 4 dni kalendarzowych od daty podpisania umowy** min. 3 różnych projektów kreacji kampanii.
- Naniesienie poprawek i uwag Zamawiającego **w ciągu 1 dnia roboczego od dnia wybrania koncepcji przez Zamawiającego.**
- Projekt kreacji wymaga akceptacji Zamawiającego.
- Na podstawie zaakceptowanej przez Zamawiającego kreacji, pomysłu Wykonawcy na kampanię przedstawienie harmonogramu działań oraz wizualizacji poszczególnych elementów, które uwzględnił Zamawiający.

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

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

#### Przygotowanie graficzne i redakcyjne billboardu reklamowego

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

**Narzędzie:**

Billboard internetowy o wymiarach: 750x100 pikseli lub inny wymiar zbliżony do podanego, który będzie akceptowany przez dany portal, na którym będzie zamieszczana reklama (Wykonawca zobowiązany jest do poinformowania Zamawiającego o powyższej sytuacji i uzyskania jego akceptacji do zamieszczenia reklamy na innym niż w/w wymiar),

**Parametry techniczne:**

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

**Miejsce umieszczenia na portalu:** billboard internetowy winien zostać umieszczony w górnej lub centralnej, ale widocznej w pierwszym kontakcie wzrokowym, części strony. Kliknięcie w billboard internetowy ma powodować automatyczne przeniesienie do strony internetowej Zamawiającego (adres strony zostanie wskazany po podpisaniu umowy). Każde kliknięcie w billboard internetowy ma być rejestrowane w statystykach.

**Tematyka materiału reklamowego:**

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

**Zadania dla Wykonawcy:**

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

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

- charakterystyka portali internetowych:
  - każdy z zaproponowanych przez Wykonawcę portali internetowych powinien być zarejestrowany w sądzie jako dziennik lub czasopismo,
- billboard internetowy publikowany będzie na:
  - 42 portalach internetowych (po 2 portale internetowe w każdym powiecie woj. podkarpackiego. Jeżeli powiat nie będzie miał 2 portali, które będą spełniały poniższe wymagania to za zgodą Zamawiającego w danym powiecie baner reklamowy zostanie umieszczony na 1 portalu, a w innym powiecie na 3 portalach lub na regionalnym portalu informacyjnym, zamieszczającym informacje z Podkarpacia), których zakres tematyczny powinien obejmować:
    - regionalne lub/i lokalne informacje z miast/gmin województwa podkarpackiego, bieżące wydarzenia, informacje z zakresu kultury, sportu, rozrywki, polityki, samorządu, biznesu, gospodarki, ekonomii, oświaty, rynku pracy itp.,
    - reportaże, artykuły, felietony, relacje itp.,
    - fotoreportaże lub/i relacje wideo,
  - 1 portalu internetowym, którego zakres tematyczny obejmuje regionalne (pochodzące z woj. podkarpackiego) i krajowe informacje dot. gospodarki, biznesu, ekonomii, rynku pracy.

**Wymagania dotyczące odwiedzin portali internetowych (dane statystyczne powinny obejmować I półrocze 2016 r.)**

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

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

#### **4.1 Produkcja i emisja spotu radiowego**

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

##### **Zadania dla Wykonawcy:**

- opracowanie ostatecznej wersji spotu radiowego o czasie trwania 30 sek., **nie później niż 5 dni** roboczych po zaakceptowaniu przez Zamawiającego kreacji kampanii. Spot radiowy wymaga zatwierdzenia przez Zamawiającego.
- przekazania zaakceptowanego spotu w formie elektronicznej, w min. 2 formatach uzgodnionych z Zamawiającym.
- emisja opracowanego spotu radiowego w radiu komercyjnym (np. Radio ESKA), które obejmują swoim zasięgiem min. 60% woj. Podkarpackiego.
- spot będzie emitowany w przez okres 2 tygodni, 10 razy w ciągu dnia. Godziny emisji spotu radiowego Wykonawca uzgodni z Zamawiającym.

#### **5.1 Produkcja i emisja audycji radiowej**

Przygotowanie audycji radiowej z wykorzystaniem wywiadów, rozmów przeprowadzonych z przedstawicielami WUP w Rzeszowie, gości zaproszonych przez Zamawiającego, lektora, podkładu muzycznego lub dźwięków nawiązujących do kreacji kampanii. Temat audycji radiowej oraz materiały konieczne do jego opracowania przekaże Wykonawcy Zamawiający po podpisaniu umowy.

##### **Zadania dla Wykonawcy:**

- opracowanie ostatecznej wersji audycji radiowej o czasie trwania do 5 min., **nie później niż 10 dni** po zaakceptowaniu przez Zamawiającego kreacji kampanii. Audycja radiowa wymaga zatwierdzenia przez Zamawiającego,
- przekazania zaakceptowanej audycji w formie elektronicznej, na 3 płytach CD/DVD w formacie możliwym do odtworzenia przez Zamawiającego,
- emisja opracowanej audycji radiowej w radiu regionalnym, które obejmuje swoim zasięgiem min. 80% woj. podkarpackiego,
- audycja radiowa będzie emitowana w radiu dwukrotnie w terminach i godzinach uzgodnionych z Zamawiającym.

#### **6.1 Opracowanie i przygotowanie graficzne pamięci USB oraz dostarczenie ich do siedziby Zamawiającego.**

##### **Zadania dla Wykonawcy:**

- opracowanie ostatecznej wersji projektu graficznego pamięci USB, **nie później niż 5 dni** po zaakceptowaniu przez Zamawiającego kreacji kampanii,
- wykonanie znakowania na pamięciach USB oraz ich dostarczenie do Zamawiającego.

**Wymagania techniczne dot. pamięci USB:**

- pojemność: 16 GB,
- zewnętrzna obudowa wykonana z metalu,
- górna część pamięci USB zaokrąglona z otworem umożliwiającym przyczepienie breloczka,
- wymiary: 41 mm x 12 mm x 4 mm (+/- 10%),
- znakowanie: grawer na obu stronach pamięci USB,
- ilość: 500 szt.

**IV. Przedstawienie Zamawiającemu raportu z przeprowadzonej kampanii.****Zadania dla Wykonawcy:**

- przygotowanie raportu z prowadzonej kampanii. Raport winien zawierać opis i realizację poszczególnych działań.
- przekazanie Zamawiającemu raportu w wersji papierowej i elektronicznej na płycie CD.
- Raport winien być przedstawiony przez Wykonawcę do 4 dni po zakończeniu wszystkich działań promocyjno-informacyjnych obejmujących niniejszą kampanię, jednak nie później niż do 23 grudnia 2016 r.

**V. Terminy realizacji**

Zamawiający wymaga, aby przedmiot zamówienia w całości wraz z przekazaniem raportu końcowego w formie papierowej i elektronicznej był wykonany w terminie do **23 grudnia 2016 r.**

**VI. Autorskie prawa**

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

## **VII. Warunki płatności**

1. Płatność wynagrodzenia nastąpi na podstawie prawidłowo wystawionej faktury, po wykonaniu przedmiotu umowy.
2. Podstawą do wystawienia faktury przez Wykonawcę będzie podpisany protokół odbioru, wystawiony przez Zamawiającego.
3. Prawidłowo wystawiona faktura winna być złożona do WUP w Rzeszowie do dnia 27 grudnia 2016 r.

**DYREKTOR**  
**Wojewódzkiego Urzędu Pracy**  
**Tomasz Czop**