Załącznik nr 1.

Nr postępowania: ZP/55/ 055/U/21

**FORMULARZ OFERTY**

**Zamawiający: Politechnika Gdańska**

**ul. G. Narutowicza 11/12**

**80-233 Gdańsk**

Nawiązując do ogłoszenia o zamówieniu prowadzonym w trybie podstawowym bez negocjacji pn: **założenie, prowadzenie oraz wsparcie w dalszym samodzielnym prowadzeniu przez Zamawiającego profili portalu MOST Wiedzy w mediach społecznościowych, w ramach projektu ,, MOST DANYCH. Multidyscyplinarny Otwarty System Transferu Wiedzy – etap II: Open Research Data’’**

My niżej podpisani:

imię .......................... nazwisko .........................

imię .......................... nazwisko .........................

(upoważnienie do podpisania oferty wynika z dokumentów załączonych do oferty)

działający w imieniu i na rzecz:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pełna nazwa Wykonawcy (w przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o zamówienie należy wskazać wszystkich Wykonawców): | | |
| Adres: | | |
| REGON nr | NIP nr | KRS/CEIDG: |
| Nr telefonu: | **e-mail** do prowadzenia korespondencji związanej z postępowaniem: | |
| Zgodnie z ustawą z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1292 ze zm.), ze względu na liczbę pracowników, **oświadczamy, że należymy** do sektora (zaznaczyć):   * mikroprzedsiębiorstw * małych przedsiębiorstw * średnich przedsiębiorstw * dużych przedsiębiorstw. | | |

**Oferujemy** **realizację** całości **powyższego przedmiotu zamówienia**, zgodnie z zapisami w SWZ za wynagrodzenie brutto **(w PLN): ……………………………………………..**

1. Oświadczamy, że oferowany przedmiot zamówienia spełnia wszystkie wymagania Zamawiającego określone w SWZ.
2. **Oświadczamy**, że cena oferty obejmuje wszystkie elementy cenotwórcze, wynikające z zakresu i sposobu realizacji przedmiotu zamówienia, określone w SWZ.
3. Wszystkie inne koszty jakie poniesiemy przy realizacji zamówienia, nieuwzględnione w cenie oferty nie będą obciążały Zamawiającego.
4. **Oświadczamy**, że zapoznaliśmy się ze Specyfikacją Warunków Zamówienia, nie wnosimy do jej treści zastrzeżeń i uznajemy się za związanych określonymi w niej postanowieniami i zasadami postępowania.
5. **Oświadczamy**, że zapoznaliśmy się z postanowieniami wzoru Umowy, która stanowi załącznik nr 4 do SWZ. Nie wnosimy do jej treści zastrzeżeń. Zobowiązujemy się w przypadku wyboru naszej oferty do zawarcia Umowy na określonych w niej warunkach, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
6. Akceptujemy warunki płatności określone we wzorze umowy stanowiącym załącznik nr 4 do SWZ.
7. **Uważamy** się za związanych niniejszą ofertą na czas wskazany w rozdziale V ust. 1 SWZ.
8. **Oświadczamy, że** wadium o wartości ………………….\* PLN wnieśliśmy w dniu ..................................... w formie ...................................................................
9. **Oświadczamy**, że zamówienie zamierzamy zrealizować przy udziale następujących podwykonawców, w zakresie (należy podać zakres i jeśli są znane - dane proponowanych podwykonawców) ……………………………………………………………………………………........……………………….…………………………………………………………………………………………….…...........
10. Oświadczamy, że wypełniliśmy obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO) w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE. L. z 2016 r. nr 119, str. 1; zm.: Dz. U. UE.L. z 2018 r. Nr 127, str. 2) wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskaliśmy w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu. *(W przypadku gdy wykonawca nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO treści oświadczenia wykonawca nie składa (usunięcie treści oświadczenia np. przez jego wykreślenie)).*
11. **Załącznikami** do niniejszej Oferty, stanowiącymi jej integralną część są:

1. ……………………………………………………………….…..….

2. ………………………………………………………………………

3. …………………………………………………………………..…..

4. ……………………………………………………………………….

***\**** *wypełnia wykonawca*

*Dokument należy podpisać kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym*

Załącznik nr 2 do SWZ

Nr postępowania: ZP/55 / 055/U/21

**Wykonawca:**

………………………………………………………………………...............………

*(pełna nazwa/firma, adres, w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG)*

reprezentowany przez:

………………………………………………………………………...............………

*(imię, nazwisko, stanowisko/podstawa do reprezentacji)*

**Oświadczenie**

**składane na podstawie art. 125 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych**

dotyczące niepodlegania wykluczeniu oraz spełniania warunków udziału w postępowaniu

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. założenie, prowadzenie oraz wsparcie w dalszym samodzielnym prowadzeniu przez Zamawiającego profili portalu MOST Wiedzy w mediach społecznościowych, w ramach projektu ,, MOST DANYCH. Multidyscyplinarny Otwarty System Transferu Wiedzy – etap II: Open Research Data’’ *,* oświadczam, co następuje:

**OŚWIADCZENIA DOTYCZĄCE WYKONAWCY:**

1. Oświadczam, że **podlegam\*/nie podlegam\*** wykluczeniu z postępowania na podstawie   
   art. 108 ustawy Pzp.
2. Oświadczam, że **podlegam\*/nie podlegam\*** wykluczeniu z postępowania na podstawie   
   art. 109 ust. 1 pkt. 4 ustawy Pzp.
3. Oświadczam, że **zachodzą\*/nie zachodzą\*** w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. ………...............…. ustawy Pzp *(podać mającą zastosowanie podstawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 108 ust. 1 pkt 1, 2 i 5 lub art. 109 ust. 1 pkt 2-5 i 7-10 ustawy Pzp).* Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 110 ust. 2 ustawy Pzp podjąłem następujące środki naprawcze:

…………………………………………………………………………………………..…………………...........…………………………………………………………………………………………………………………………….......………………………………………………………………………………

1. Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone w rozdziale VI SWZ, tj:
2. posiadam wymaganą zdolność zawodową i techniczną

**5. 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.

**6. JEDNOCZEŚNIE PODAJĘ DANE UMOŻLIWIAJĄCE DOSTĘP DO PODMIOTOWYCH ŚRODKÓW DOWODOWYCH (jeżeli dotyczy):[[1]](#footnote-1)**

Informuję, że następujące podmiotowe środki dowodowe:

* + - 1. KRS/CEIDG

można pozyskać odpowiednio z następujących rejestrów publicznych:

………………..

………………..

………………...

…………….……. *(miejscowość),* dnia …………………. r.

*Dokument należy podpisać kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym*

ZP/55/055/U/21 Załącznik nr 3 do SWZ

**FORMULARZ CENOWY NA**

**założenie, prowadzenie oraz wsparcie w dalszym samodzielnym prowadzeniu przez Zamawiającego profili portalu MOST Wiedzy w mediach społecznościowych, w ramach projektu ,, MOST DANYCH. Multidyscyplinarny Otwarty System Transferu Wiedzy – etap II: Open Research Data’’**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| lp. | Etap | Max. liczba tygodni | Kwota za tydzień usługi (brutto) | Wynagrodzenie brutto za prowadzenie profili w mediach społecznościowych (zgodnie z OPZ) | Zapewnienie płatnej reklamy (brutto; według zaakceptowanego Harmonogramu publikacji i promowania postów) | Kwota łączna za zapewnienie płatnej reklamy (zgodnie z OPZ)\* |
|  |  | 1 | 2 | 3=1x2 | 4 | 5=1x4 |
| 1. | Etap I  (od dnia podpisania Umowy do 27.06.2021r. | 9 |  |  | max. 700 zł brutto | max. 6 300,00 zł brutto |
| 2. | Etap II  28.06.2021r. - 29.12.2021r. | 28,5 |  |  | max. 700 zł brutto | max. 19 950,00 zł brutto |
|  | ETAPY RAZEM | | |  |  | 26 250,00 zł brutto |
| 3. | Wynagrodzenie brutto za szkolenie w trakcie etapu I : | | |  |  |  |
|  | WYNAGRODZENIE RAZEM | | |  |  |  |

\*budżet na reklamę wynosi maksymalnie brutto 700 zł tygodniowo – będzie on rozliczany za każdy bieżący Harmonogram publikowania i promowania postów, na podstawie przekazanego przez Wykonawcę raportu z rozliczeniem wypromowanych postów

Dokument należy podpisać

kwalifikowanym podpisem elektronicznym,

podpisem zaufanym lub podpisem osobistym

ZP/55/055/U/21 Załącznik nr 5 do SWZ

Załącznik nr 3 do umowy

**SCHEMAT REAKCJI NA SYTUACJE KRYZYSOWE**

1. Identyfikacja przez Wykonawcę zaistnienia sytuacji kryzysowej oraz wskazanie wstępnej propozycji przeciwdziałania jej rozprzestrzenianiu. 🡪 2. Informacje o kryzysie otrzymuje kontakt 1. lub. 2. (w ciągu max. 1 godziny od identyfikacji sytuacji przez Wykonawcę). 🡪 3. Wewnętrzna komunikacja pracowników Zamawiającego. 🡪 4. Poinformowanie Wykonawcy o: 4a) decyzji Zamawiającego co do sposobu reakcji przez Wykonawcę lub 4b) podjęciu lub planowaniu podjęcia samodzielnych działań przez Zamawiającego mających na celu udzielenie odpowiedzi na kryzys ( max. 1 godzina). 🡪 5. W przypadku przekazania informacji, 4a) – Wykonawca podejmie działanie zgodnie z decyzją Zamawiającego oraz przekaże informacje m.in. o sposobie i terminie udzielenia odpowiedzi na kryzys (max. 1 godzina). 🡪 6a) Zaakceptowanie odpowiedzi przez użytkowników i wygaszenie sytuacji kryzysowej przez Zamawiającego i Wykonawcę., 6b) brak akceptacji użytkowników na odpowiedź i dalszy rozwój sytuacji kryzysowej (rozpoczęcie działań od kroku 2. schematu).

Strony Umowy pod pojęciem ‘’kryzys’’ rozumieją komentarz, post, opinię, wrzutkę, które przyciągają kolejnych niezadowolonych użytkowników napędzających się wzajemnie do publikacji następujących treści niosących negatywny wydźwięk na profilach społecznościowych portalu MOST Wiedzy. Do źródeł kryzysu będą zaliczane:

* negatywne komentarze i opinie,
* lawina negatywnych komentarzy,
* skargi,
* dynamicznie zmieniające się sytuacje (wymagające częstego aktualizowania komunikatów),
* fake newsy,
* podważanie założeń merytorycznych udostępnianych treści,
* naruszenie wizerunku Zamawiającego w zakresie obszarów jego działalności,
* notorycznie zamieszczania przez obserwujących postów o tematyce nie związanej z obszarami działalności Zamawiającego.

W celu zmniejszenia skali oddziaływania potencjalnej sytuacji kryzysowej przygotowano schemat komunikacji pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym. W przypadku trudnych pytań i kontrowersyjnych postów, noszących znamię sytuacji kryzysowych, moderator nie powinien podejmować żadnych działań bez wcześniejszego ustalenia stanowiska z Zamawiającym. Reakcja powinna być szybka.

Niżej wymienione kontakty do osób w sytuacji kryzysowej należy wykonywać według podanej kolejności. Kontakt 2. Można uruchomić dopiero po bezskutecznej próbie skontaktowania się z kontaktem 1.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Imię i nazwisko | Numer telefonu | E-mail |
| Kontakt 1. |  |  |  |
| Kontakt 2. |  |  |  |

Dodatkowo:

* negatywne komentarze nie będą usuwane, korygowane albo ukrywane na własną rękę przez Wykonawcę,
* niedopuszczalne jest aby Wykonawca w imieniu Zamawiającego podczas udzielania odpowiedzi oskarżał lub znieważał osobę, która dodała negatywny post lub komentarz,
* w przypadku zaangażowania dużej liczby użytkowników w negatywną dyskusję należy wziąć od uwagę możliwość wydania przez Uczelnię oficjalnego oświadczenia i publikację w formie postu na profilu,
* w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowej, Wykonawcę obowiązywać będą specjalne godziny na moderację/reakcję, tj. poza wyznaczonymi godzinami ujętymi w OPZ,
* działania Wykonawcy zależne będą od uzgodnień z Zamawiającym, może to być np.:

- krótka, publiczna odpowiedź jako post na profilu lub w odpowiedzi na dany negatywny komentarz/ post, opierająca się do danych liczbowych i faktach odsyłająca do źródła informacji,

- podziękowanie za czas poświęcony na napisanie opinii/ komentarza,

- w sytuacji ponownej publikacji podobnej treści przez tego samego użytkownika – zablokowanie użytkownika (po uzgodnieniu z Zamawiającym).

ZP/55/055/U/21 Załącznik nr 6 do SWZ

Załącznik nr 5 do Umowy

**HARMONOGRAM REALIZACJI UMOWY**

**założenie, prowadzenie oraz wsparcie w dalszym samodzielnym prowadzeniu przez Zamawiającego profili portalu MOST Wiedzy w mediach społecznościowych, w ramach projektu ,, MOST DANYCH. Multidyscyplinarny Otwarty System Transferu Wiedzy – etap II: Open Research Data’’**

W dniu podpisania Umowy, Zamawiający przekaże Wykonawcy ewentualne uwagi do Strategii i Harmonogramu publikowania i promowania postów (ocenianych jako kryterium przez komisję przetargową). W ciągu 2 dni roboczych Wykonawca uwzględni je.

Realizacja zamówienia podzielona będzie na dwa etapy:

* etap I – od dnia podpisania Umowy do 27.06.2021 r. ( max. 9 tygodni),
* etap II – od 28.06.2021 r. – 29.12.2021 r. (max. 28,5 tygodnia)

Harmonogram realizacji Umowy podzielony będzie na tygodniowe okresy realizacji Umowy. Za jeden tydzień realizacji Umowy uznaje się 7 dni tygodnia (łącznie z weekendami i świętami). Każda płatność za tydzień realizacji Umowy rozliczana będzie w następujący sposób: 1-2-3 (jeden, dwa lub trzy) dni tygodnia liczone będą jako pół tygodnia realizacji Umowy (płatność: połowa ceny z formularza cenowego), 4-5-6-7 (cztery, pięć, sześć lub siedem) dni tygodnia liczone będzie jako cały tydzień realizacji Umowy (pełna kwota z formularza cenowego).

Realizacja Umowy przebiegać będzie na podstawie wypełnianej na bieżąco przez Zamawiającego Tabeli realizacji Umowy (zaakceptowanej przez Wykonawcę), po uprzednim przekazaniu przez Wykonawcę Harmonogramu publikowania i promowania postów (zaakceptowanego przez Zamawiającego). Tabela uzupełniana będzie na okres min. czterech kolejnych tygodni realizacji Umowy (po uzgodnieniu Wykonawcy z Zamawiającym). W przypadku zbliżającego się terminu zakończenia etapu I lub etapu II możliwe jest uzupełnienie tabeli na okres krótszy niż cztery tygodnie. Tabela realizacji Umowy na pierwsze cztery tygodnie realizacji Umowy uzupełniona będzie na podstawie Harmonogramu publikowania i promowania postów ocenianych przez komisję przetargową, po wprowadzeniu ewentualnych uwag Zamawiającego przez Wykonawcę. Dzień po zakończeniu realizacji prac (zgodnych z OPZ) z każdej tabeli realizacji Umowy, Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport zawierający statystyki z przeprowadzonych akcji oraz rozliczenie potwierdzające wypromowanie postów. Po każdorazowym przekazaniu raportu Zamawiający wystawi protokół odbioru prac, który upoważniał będzie Wykonawcę do wystawienia faktury.

Harmonogram publikowania i promowania postów na kolejny okres przekazywany będzie przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego przynajmniej 7 dni kalendarzowych przed zakończeniem ostatniego tygodnia z bieżącej tabeli realizacji Umowy – w trakcie obowiązywania etapu I. Podczas etapu II to Zamawiający uzupełniał będzie Harmonogram publikowania i promowania postów, a rolą Wykonawcy będzie jego opiniowanie podczas spotkań organizacyjnych (w ostatnim tygodniu obowiązywania bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów). Na podstawie Harmonogramu publikowania i promowania postów Zamawiający uzupełniał będzie kolumnę z kwotą rozliczeniową płatnej reklamy. Kwota ta nie będzie przekraczać 700 zł brutto na cały tydzień realizacji Umowy, lub 350 zł brutto na połowę tygodnia realizacji Umowy.

Przykładowa tabela na cztery tygodnie realizacji Umowy:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tabela realizacji Umowy za okres 16.04.2021 r. – 09.05.2021 r.** | | | | | | | |
| Tydzień realizacji Umowy | Etap (I lub II) | Rozpoczęcie (dd-mm-rr; dzień tygodnia) | Zakończenie (dd-mm-rr; dzień tygodnia) | Ilość dni | Kwota rozliczeniowa za prowadzenie profilu – zgodnie z formularzem cenowym  (1.) | Kwota rozliczeniowa płatnej reklamy – zgodnie z Harmonogramem publikowania i promowania postów  (2.) | Kwota łącznie  (1.+2.=3.) |
| 1. | I | 16.04.2021 r.; czwartek | 18.04.2021 r.; niedziela | 3 | 0,5 x | 0,5 y | 0,5x + 0,5y |
| 2. | I | 19.04.2021r.; poniedziałek | 25.04.2021 r.; niedziela | 7 | x | y | x+y |
| 3. | I | 26.04.2021 r.;  poniedziałek | 02.05.2021 r.;  niedziela | 7 | x | y | x+y |
| 4. | I | 03.05.2021 r.;  poniedziałek | 09.05.2021 r.;  niedziela | 7 | x | y | x+y |
|  | | | Łącznie | 24 | 3,5 x | 3,5 y | 3,5 x + 3,5 y |
| Termin przekazania raportu z przeprowadzonych akcji oraz rozliczenie potwierdzające wypromowanie postów – **10.05.2021r.** | | | | | | | |
| Termin przekazania przez Wykonawcę Harmonogramu publikacji i promowania postów na kolejny okres – **03.05.2021r.** | | | | | | | |

ZP/55/055/U/21 Załącznik nr 7 do SWZ

**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**założenie, prowadzenie oraz wsparcie w dalszym samodzielnym prowadzeniu przez Zamawiającego profili portalu MOST Wiedzy w mediach społecznościowych, w ramach projektu ,, MOST DANYCH. Multidyscyplinarny Otwarty System Transferu Wiedzy – etap II: Open Research Data’’**

**Informacje ogólne**

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na profesjonalnym, kompleksowym, kreatywnym i spójnym założeniu oraz prowadzeniu profili w mediach społecznościowych (Facebook i pomocniczo Instagram) portalu MOST Wiedzy ([www.mostwiedzy.pl](http://www.mostwiedzy.pl)) oraz zapewnieniu im płatnej reklamy oraz wsparciu w dalszym samodzielnym prowadzeniu profili przez Zamawiającego. Realizacja zamówienia zostanie podzielona na dwa etapy:

* etap I – od dnia podpisania Umowy do 27.06.2021 r.
* etap II – od 28.06.2021 r. – 29.12.2021 r.

W etapie I, podstawowym celem prowadzenia profili ww. mediach społecznościowych przez Wykonawcę będzie zaangażowanie społeczności wokół portalu mostwiedzy.pl, w tym budowanie pozytywnego wizerunku, rozpoznawalności marki, nawiązywanie interakcji i budowanie więzi z fanami reprezentującymi następujące grupy docelowe (w kolejności od najistotniejszej) – 1. Społeczeństwo informacyjne 2. Przedsiębiorcy. 3. Naukowcy i społeczność biblioteczna związana z Politechniką Gdańską, Gdańskim Uniwersytetem Medycznym i Uniwersytetem Gdańskim 4. Naukowcy i społeczność biblioteczna z innych polskich Uczelni.

Podstawowym źródłem pozyskiwania tematów do publikacji będzie strona portalu mostwiedzy.pl, a w szczególności zakładki: *dane badawcze, czasopisma, publikacje, osoby, wirtualny mikroskop* (od momentu udostepnienia tej zakładki przez Zamawiającego). W Harmonogramach publikowania i promowania postów Wykonawca może proponować również publikacje postów spoza listy wymienionych zakładek oraz spoza zawartości portalu mostwiedzy.pl, jednak nawiązujące do jego tematyki.

Bieżące wykonywanie usługi przez Wykonawcę opierać się będzie na Harmonogramie publikowania i promowania postów przygotowanym przez Wykonawcę, który zostanie dołączony do składanej oferty przetargowej (oceniane jako kryteria przez komisję przetargową) oraz Harmonogramu realizacji Umowy. W dniu podpisania Umowy Zamawiający przekaże Wykonawcy ewentualne uwagi do Harmonogramu publikowania i promowania postów, a w ciągu 2 dni roboczych od podpisania Umowy Wykonawca uwzględni je. Harmonogram publikowania i promowania postów na kolejne tygodnie przekazywany będzie do zaakceptowania przez Zamawiającego minimum 7 dni kalendarzowych przed zakończeniem ostatniego tygodnia z bieżącego Harmonogramu publikowania i realizacji Umowy. Opis założeń i wymagań Harmonogramu publikowania i promowania postów zawarty został w Opisie kryteriów.

Wykonawca zobowiązany jest do zapoznania się z i stosowania wytycznych ujętych w *Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji dostępnych na stronie* <https://www.polskacyfrowa.gov.pl/strony/o-programie/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow/zasady-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-roku/>. Wykonawca zobowiązany jest realizować swoje zadania zgodnie z wytycznymi dotyczącymi przyjętej identyfikacji wizualnej projektu, w porozumieniu z osobą wyznaczoną przez Zamawiającego. Wykonawca prowadząc profile Zamawiającego w mediach społecznościowych będzie uwzględniał najnowsze rozwiązania, panujące trendy, specyfikacje grup docelowych oraz bieżące rekomendacje Zamawiającego. Podejmowane działania na profilach będą podlegały akceptacji Zamawiającego i muszą uwzględniać jego uwagi.

W trakcie trwania etapu I, poza prowadzeniem ww. profili w mediach społecznościowych, Wykonawca zapewni realizację szkolenia, którego celem będzie przeszkolenie zespołu projektowego do dalszego samodzielnego prowadzenia profili.

Ostatniego dnia obowiązywania etapu I Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszelkie niezbędne informacje do samodzielnego, poprawnego ze strony technicznej prowadzenia kont w ramach założonych profili.

W etapie II współpraca polegać będzie na zapewnieniu przez Wykonawcę możliwości płatnej reklamy postów (max. 700 zł brutto tygodniowo, według Harmonogramu przedstawionego na spotkaniu konsultacyjnym przez Zamawiającego) oraz wsparcia Zamawiającego w samodzielnym prowadzeniu kont.

**Cele do osiągnięcia dla poszczególnych mediów społecznościowych:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| L.p. | Profil | Cele do osiągnięcia |
| 1. | Facebook | 1. Utrwalenie i poszerzenie świadomości marki oraz zakresu działalności platformy *mostwiedzy.pl* ze szczególnym uwzględnieniem ww. opisanych grup docelowych. 2. Systematyczne zwiększanie zasięgów dzięki wprowadzanym treściom oraz budowaniu zaangażowania użytkowników. 3. Skuteczne przekierowywanie do witryny *mostwiedzy.pl.* |
| 2. | Instagram | 1. Systematyczne zwiększanie zasięgów dzięki wprowadzanym treściom oraz budowaniu zaangażowania użytkowników. 2. Skuteczne przekierowywanie do witryny *mostwiedzy.pl.* |

Zamawiający wymaga, aby realizacja wyżej wymienionych celów była systematycznie kontrolowana i raportowana dla poszczególnych profili za pomocą raportów (raport własny przygotowany indywidualnie przez Wykonawcę dla Zamawiającego + załącznik z Facebook Analytics). Raport przekazywany będzie na zakończenie każdego bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów.

**ETAP I**

1. **Informacje szczegółowe – Facebook**

Obsługa oparta będzie na przygotowanym przez Wykonawcę i zatwierdzonym przez Zamawiającego Harmonogramie publikowania i promowania postów, w stałej współpracy z Zamawiającym. Profil prowadzony będzie w języku polskim.

1. Założenie profilu – minimalny zakres:

- zdjęcie profilowe – przygotowanie i opublikowanie zdjęcia profilowego dostosowanego do tematyki profilu, na bazie materiałów Zamawiającego,

- zdjęcie w tle – przygotowanie i opublikowanie zdjęcia lub video w tle dostosowanego do tematyki profilu, na bazie materiałów Zamawiającego. Na zdjęciu koniecznym będzie umieszczenie ciągu logotypów oraz informacji o dofinansowaniu projektu ze środków UE – po konsultacji z Zamawiającym,

- zakładki – dodanie i uzupełnienie treści min. o źródle finansowania projektu MOST DANYCH (przekazana przez Zamawiającego), informacje o portalu mostwiedzy.pl i jego grupach docelowych, opis oferowanych usług dla naukowców i biznesu.

1. Publikowanie postów – minimalny zakres:

- zaproponowanie 4 angażujących bloków tematycznych oraz zaprojektowanie dedykowanego layoutu dla każdego z nich,

- w każdym tygodniu Wykonawca opublikuje po jednym poście z każdego bloku tematycznego, zgodnie z Harmonogramem publikowania i promowania postów na bieżący tydzień. Na prośbę Zamawiającego Wykonawca opublikuje post, którego nie można było zaplanować wcześniej i ująć w Harmonogramie publikowania i promowania postów, jednak nie będzie to częściej niż raz w tygodniu (posty te nie będą promowane),

- promowanie postów – według zaproponowanego przez Wykonawcę Harmonogramu. Posty promowane będą w taki sposób aby zapewnić jak najbardziej efektywne interakcje z użytkownikami FB oraz zapewnić efektywne skierowanie ruchu na promowane posty. W każdym tygodniu Wykonawca wypromuje także jeden post z Facebooka na Instagramie (tak, aby wyświetlany był jako reklama). Wykonawca zaznaczy w przygotowywanym przed rozpoczęciem prac z każdego nowego Harmonogramu publikowania i promowania postów, który post z Facebooka będzie promowany na Instagramie. Tygodniowy budżet przeznaczony na promowanie postów wynosił będzie max. 700 zł brutto. Na koniec realizacji każdego Harmonogramu publikowania i promowania postów Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport zawierający rozliczenie wypromowanych postów,

- posty zawierały będą co najmniej treść oraz element graficzny lub video (różne dostępne w ramach FB, dopasowane do kontekstu postu – np. karuzela, posty z rozwijalną grafiką, zdjęcie i filmy 360 stopni, i inne), hasztagi, oznaczenia (jeśli post będzie tego wymagał),

- proponowane przez Wykonawcę posty będą zachęcać do interakcji z odbiorcą (dopasowane do kontekstu postu np. poprzez stosowanie quizów, ankiet, porad, żartów, działań typu RTM),

- formy przekazu oraz język postów dostosowane będą do grupy docelowej,

- posty pisane będą w języku polskim - poprawnie pod względem gramatycznym, językowym i interpunkcyjnym,

- publikacja postów zaplanowana będzie na najbardziej optymalny dzień oraz godzinę (aby wyświetliła go jak największa liczba osób oraz wykonała z nim interakcję),

- materiały wykorzystywane jako element graficzny lub video muszą być wysokiej jakości, dopasowane rozdzielczością do wymogów FB, wyselekcjonowane i odpowiednio przygotowane (obróbka graficzna). Materiały graficzne pochodzące ze źródeł (w zależności od kontekstu postu):

* Wykonawcy – w tym przypadku Wykonawca będzie posiadał wszelkie niezbędne prawa do wykorzystywanych materiałów, licencje, zgody na wykorzystanie wizerunku, praw autorskich; po zakończeniu współpracy Wykonawca przekaże ww. prawa Zamawiającemu w ten sposób, aby mógł z nich swobodnie korzystać.
* Zamawiającego – w tym przypadku po stronie Wykonawcy będzie leżeć ich przygotowanie (obróbka graficzna); Wykonawca nie będzie mógł wykorzystać materiałów graficznych Zamawiającego w innych celach niż związanych z prowadzeniem fanpage portalu MOST Wiedzy,
* platformy mostwiedzy.pl. – po uprzednim skonsultowaniu z Zamawiającym możliwości wykorzystania materiałów zgodnie z przypisanymi do nich licencjami.

1. Przygotowanie i przeprowadzenie konkursu (raz, w ciągu czterech ostatnich tygodni obowiązywania etapu I):

- formuła i ostateczny termin konkursu zostanie zaproponowana przez Zamawiającego, jednak to po stronie Wykonawcy będzie leżało jego poprawne przeprowadzenie (zarówno pod względem formalnym, prawnym, technicznym, copywriterskim jak i graficznym),

- Wykonawca przyjmuje rolę organizatora konkursu, w związku z czym przyjmuje na siebie odpowiedzialność za jego przeprowadzenie zgodnie z polskim prawem, regulaminem FB, RODO itp.,

- Wykonawca będzie administratorem danych osobowych użytkowników biorących udział w konkursie,

- Wykonawca opracuje regulamin konkursu do akceptacji Zamawiającego,

- Zamawiający zapewni nagrody w konkursie oraz przekaże je osobom, które konkurs wygrają. Po stronie Wykonawcy leżeć będzie przekazanie Zamawiającemu danych osobowych w ten sposób, aby było to zgodne z polskim prawem.

1. Wykonawca zobowiązany będzie do bieżącej inwentaryzacji, aktualizacji i uzupełniania profilu – na prośbę Zamawiającego, jednak nie częściej niż raz w trakcie obowiązywania bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów.
2. Wykonawca na bieżąco uzupełniał będzie kalendarz wydarzeń istotnych dla Zamawiającego – jeśli takie się pojawią.
3. Ustawienie przez Wykonawcę automatycznych odpowiedzi na wiadomości prywatne oraz tzw. chat-bot – po konsultacji z Zamawiającym dot. najbardziej prawdopodobnych pytań. Aktualizacja bazy pytań przeprowadzana będzie na bieżąco przez cały okres obowiązywania etapu I, na prośbę Zamawiającego, po zaobserwowaniu przez Zamawiającego lub Wykonawcę nowych powtarzających się pytań.
4. Wykonawca zobowiązany będzie do stałego i aktywnego moderowania profilu, tj. odpowiadania na wiadomości, komentarze, opinie, kontrolowanie treści publikowanych przez obserwatorów, usuwanie treści wulgarnych (od poniedziałku do piątku w godzinach 8:00 – 21:00 – maksymalny czas na reakcję jedna godzina; sobota, niedziela i święta w godzinach 10:00 – 19:00 – maksymalny czas na reakcję to trzy godziny). W przypadku braku możliwości udzielenia odpowiedzi przez Wykonawcę przekaże on informacje o możliwości zadania pytania pod adresem mailowym [biuro.most@pg.edu.pl](mailto:biuro.most@pg.edu.pl).
5. Wykonawca zobowiązany będzie do reagowania na sytuacje kryzysowe zgodnie z przyjętym schematem.
6. Wykonawca na bieżąco będzie wyszukiwał wartościowe branżowe profile (przykładowo o podobnej tematyce, innych Uczelni, bibliotek uczelnianych, instytucji związanych z tematyką Open Access) oraz będzie wchodził z nimi w interakcje (m.in. przez obserwacje, polubienia stron, postów czy komentarzy, zostawianie komentarzy).
7. Wykonawca zobowiązany będzie do generowania raportu ze statystykami z przeprowadzonych akcji na zakończenie każdego bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów (m.in. zasięgów udostępnionych postów, ich wyświetleń i kliknięć, interakcji na prowadzonym fanpage’u oraz z fanpage’ami zewnętrznymi, rozliczenia z przeznaczonego budżetu na promowanie postów). Będzie miał on formę dedykowanego raportu stworzonego indywidualnie dla Zamawiającego + Facebook Analytics.
8. **Informacje szczegółowe – Instagram**

Obsługa oparta na przygotowanym przez Wykonawcę i zatwierdzonym przez Zamawiającego Harmonogramie publikowania i promowania postów, w stałej współpracy z Zamawiającym. Profil prowadzony będzie w języku polskim. Profil na Instagramie pełnił będzie rolę wspomagającą dla postów promowanych na Facebooku.

1. Założenie profilu – minimalny zakres:
   1. - zdjęcie profilowe – przygotowanie i opublikowanie zdjęcia profilowego dostosowanego do tematyki profilu, na bazie materiałów Zamawiającego,
   2. - uzupełnienie opisu - dodanie i uzupełnienie treści min. o źródle finansowania projektu MOST DANYCH, informacje o portalu mostwiedzy.pl i jego grupach docelowych.
2. Publikowanie postów:
   1. - w każdym tygodniu Wykonawca udostępni na profilu Zamawiającego 2 posty, których tematyka związana będzie z przyjętymi przez Zamawiającego blokami tematycznymi z FB. Wykonawca ujmie posty w bieżącym Harmonogramie publikowania i promowania postów, a Zamawiający zaakceptuje go. Posty publikowane bezpośrednio na Instagramie nie będą promowane,

- materiały wykorzystywane jako element graficzny lub video muszą być wysokiej jakości, dopasowane rozdzielczością do wymogów Instagrama, wyselekcjonowane i odpowiednio przygotowane (obróbka graficzna). Materiały graficzne pochodzące ze źródeł (w zależności od kontekstu postu):

• Wykonawcy – w tym przypadku Wykonawca będzie posiadał wszelkie niezbędne prawa do wykorzystywanych materiałów, licencje, zgody na wykorzystanie wizerunku, praw autorskich; po zakończeniu współpracy Wykonawca przekaże ww. prawa Zamawiającemu w ten sposób, aby mógł z nich swobodnie korzystać

• Zamawiającego – w tym przypadku po stronie Wykonawcy będzie leżeć ich przygotowanie (obróbka graficzna); Wykonawca nie będzie mógł wykorzystać materiałów graficznych Zamawiającego w innych celach niż związanych z prowadzeniem profilu portalu MOST Wiedzy,

• platformy mostwiedzy.pl. – po uprzednim skonsultowaniu z Zamawiającym możliwości wykorzystania materiałów zgodnie z przypisanymi do nich licencjami.

- na prośbę Zamawiającego Wykonawca opublikuje post, którego nie można było zaplanować wcześniej i ująć w bieżącym Harmonogramie publikowania i promowania postów, jednak nie będzie to częściej niż raz w tygodniu (posty te nie będą promowane). W takim przypadku materiał graficzny dla postu dostarczony zostanie przez Zamawiającego, jednak po stronie Wykonawcy leżeć będzie opracowanie jego treści tekstowej,

- posty zawierały będą co najmniej treść oraz element graficzny lub video (różne dostępne w ramach Instagrama, dopasowane do kontekstu postu – np. posty z kilkoma zdjęciami, reposty innych użytkowników), hasztagi, oznaczenia (jeśli post będzie tego wymagał),

- proponowane przez Wykonawcę posty będą zachęcać do interakcji z odbiorcą (dopasowane do kontekstu postu),

- formy przekazu oraz język postów dostosowane będą do grupy docelowej,

- posty pisane będą w języku polskim - poprawnie pod względem gramatycznym, językowym i interpunkcyjnym,

- publikacja postów zaplanowana będzie na najbardziej optymalny dzień oraz godzinę (aby wyświetliła go jak największa liczba osób oraz wykonała z nim interakcję),

1. Wykonawca zobowiązany będzie do bieżącej inwentaryzacji, aktualizacji i uzupełniania profilu – na prośbę Zamawiającego, jednak nie częściej niż w trakcie trwania bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów
2. Udzielanie w imieniu Zmawiającego odpowiedzi na przychodzące wiadomości. W przypadku braku możliwości udzielenia odpowiedzi Wykonawca przekazywał będzie użytkownikowi zadającemu pytanie informację o możliwości zadania pytania pod adresem mailowym biuro.most@pg.edu.pl).
3. Wykonawca zobowiązany będzie do stałego i aktywnego moderowania profilu, tj. odpowiadania na komentarze, opinie, kontrolowanie treści publikowanych przez obserwatorów, usuwanie treści wulgarnych (od poniedziałku do piątku w godzinach 8:00 – 21:00 – maksymalny czas na reakcję jedna godzina; sobota, niedziela i święta w godzinach 10:00 – 19:00 – maksymalny czas na reakcję to trzy godziny).
4. Wykonawca zobowiązany będzie do reagowania na sytuacje kryzysowe zgodnie z przyjętym schematem.
5. Wykonawca na bieżąco będzie wyszukiwał wartościowe branżowe profile (przykładowo o podobnej tematyce, innych Uczelni, bibliotek uczelnianych, instytucji związanych z tematyką Open Access) oraz będzie wchodził z nimi w interakcje (m.in. przez obserwacje, polubienia stron, postów czy komentarzy, zostawianie komentarzy).
6. Wykonawca zobowiązany będzie do generowania raportu ze statystykami z przeprowadzonych akcji na zakończenie każdego bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów (m.in. zasięgów udostępnionych postów, ich wyświetleń i kliknięć, interakcji na prowadzonym fanpage’u oraz z fanpage’ami zewnętrznymi). Będzie miał on formę dedykowanego raportu stworzonego indywidualnie dla Zamawiającego.
7. **Informacje szczegółowe – Szkolenie**

Szkolenie odbędzie się w siedzibie Zamawiającego lub w formie online. Podzielone będzie na dwa lub trzy dni robocze w terminach ustalonych przez Wykonawcę i Zamawiającego (w trakcie trwania etapu I). Minimalny czas trwania szkolenia to 14 godzin. Szkolenie prowadzone będzie dla zespołu projektowego Zamawiającego.

Po stronie Wykonawcy leżeć będzie zapewnienie uczestnikom szkolenia niezbędnych materiałów szkoleniowych (jeśli będą konieczne). W przypadku gdy szkolenie odbywać się będzie w siedzibie Zamawiającego, Zamawiający zapewni sprzęt do obsługi szkolenia (salkę konferencyjną, rzutnik).

Poza informacjami technicznymi dotyczącymi prowadzenia kont założonych profili, Wykonawca na bieżąco będzie uzupełniał szkolenie o treści dotyczące tego w jaki sposób prowadzić promocję w social mediach, aby jak najefektywniej je wykorzystać (np. w jaki sposób pisać angażujące posty, optymalna długość postów dla poszczególnych mediów, jaki odstęp między publikacjami zachować aby nie stracić obserwatorów, w jakich dniach oraz godzinach udostępniać posty aby ich zasięg był największy, jak zachęcić osoby z określonej grupy docelowej do dołączenia do obserwowania profilu, które posty promować, przykłady dobrych praktyk przy prowadzeniu kampanii w social mediach). Po zakończeniu szkolenia Wykonawca wystawi uczestnikom certyfikaty lub inne zaświadczenia potwierdzające udział w szkoleniu.

Minimalny zakres szkolenia:

1. Podstawy obsługi fanpage FB oraz Instagram (3h):

- tworzenie konta i jego edycja – dodawanie zakładek, zdjęcia profilowego i zdjęcia w tle, wymagania techniczne dodawanych materiałów graficznych;

- omówienie planu i harmonogramu publikowania postów – w jaki sposób pisać angażujące posty, z jaką częstotliwością publikować, jak sprawdzać ich zasięg i ich wyświetlenia;

- jak radzić sobie z sytuacjami kryzysowymi (np. fala negatywnych komentarzy).

2. Chat – Messenger FB oraz Instagram (2h):

- odpisywanie na wiadomości oraz prowadzenie konwersacji w ramach FB + Instagram – w jaki sposób prowadzić efektywną rozmowę z grupami docelowymi,

- automatyczne odpowiedzi – obsługa narzędzia, dodawanie odpowiedzi;

- chat-bot – obsługa narzędzia, dodawanie odpowiedzi.

3. Prowadzenie relacji na żywo FB i Instagram (1h)

- obsługa narzędzia - sposób efektywnej komunikacji przy wykorzystaniu tych narzędzi, w jaki sposób zachęcić odbiorców do uczestnictwa, preferowane godziny prowadzenia relacji, jak radzić sobie z kryzysami podczas prowadzenia relacji (np. falą negatywnych komentarzy).

4. Wydarzenia (1h):

- obsługa narzędzia – jakie informacje wprowadzać aby zachęcić do uczestnictwa jak największą liczbę osób, jak promować zaplanowane wydarzenia.

5. Utworzenie menedżera reklam (1h):

- omówienie podstaw obsługi konta – widok panelu i omówienie jego opcji.

6. Tworzenie działań promocyjnych (2h):

- tworzenie reklam - omówienie działań promocji,

- optymalizacja kampanii - sprawdzanie na bieżąco jak kampania jest obsługiwana (badanie skuteczności)

- ustawienie budżetów reklamowych - zarządzanie stawkami i optymalizacja kampanii,

- płatności.

7. Grupa docelowa (1h):

- tworzenie grup docelowych - jak tworzyć i optymalizować grupy, jak zwiększyć zasięgi dotarcia do nich.

8. Statystyki (1h):

- generowanie raportów FB i Instagram,

- sprawdzanie statystyk – analiza pod kątem założonych celów.

9. Konkursy (2h):

- prowadzenie konkursów na FB oraz Instagramie – w jaki sposób prowadzić konkursy żeby zachęcić do uczestnictwa w nich jak największą liczbę osób z danej grupy docelowej, jakie formuły konkursów przyciągają najwięcej zainteresowanych, prowadzenie konkursów zgodnie z polskim prawem, regulaminem FB i Instagrama, RODO itp., administrowanie danymi osobowymi uczestników konkursu, opracowywanie regulaminów konkursów.

**ETAP II**

1. Współpraca po zakończeniu etapu wdrożeniowego.

Na zakończenie etapu I (wdrożeniowego), Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszelkie niezbędne informacje do samodzielnego, poprawnego ze strony technicznej prowadzenia kont w ramach założonych profili.

Dalsza współpraca polegać będzie na wsparciu Zamawiającego w samodzielnym prowadzeniu kont w ramach założonych profili poprzez zapewnienie możliwości płatnej reklamy (zasilenie menagera reklam; max. 700 zł brutto tygodniowo) oraz zapewnieniu spotkań konsultacyjnych z uwzględnieniem poniższego harmonogramu:

* spotkania organizacyjne w ostatnim tygodniu obowiązywania każdego bieżącego Harmonogramu publikowania i promowania postów (spotkania obligatoryjne; 2h) – w celu skonsultowania bieżących statystyk, ewentualnych sposobów na ich optymalizację, omówienia planowanego Harmonogramu publikowania i promocji postów na kolejne tygodnie oraz zasilenie przez Wykonawcę menagera reklam kwotą wynikającą z zaproponowanego przez Wykonawcę Harmonogramu publikowania i promowania postów. Spotkania odbywać się będą w siedzibie Zamawiającego lub online, w terminie ustalonym przez obie strony. Spotkania konsultacyjne trwać będą max. 2h;
* nieobligatoryjne spotkania konsultacyjne (spotkania na prośbę Zamawiającego; 1h x 1 raz w tygodniu) – w celu omówienia ewentualnych wątpliwości, spraw bieżących. Spotkania umawiane będą na ewentualną prośbę Zamawiającego. Odbywać się będą w siedzibie Zamawiającego, online lub telefonicznie, w terminie ustalonym przez obie strony. Spotkania konsultacyjne trwać będą max. 1h i odbywać się będą max. raz w tygodniu.

1. Zamawiający nie wezwie do złożenia podmiotowych środków dowodowych, jeżeli będzie mógł 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, o ile wykonawca wskaże w oświadczeniu, o którym mowa w art. 125 ust. 1, dane umożliwiające dostęp do tych środków [↑](#footnote-ref-1)