



ZAPYTANIE OFERTOWE

na realizację projektu graficznego systemu identyfikacji wizualnej projektu „UNIWERSYTET MARKA PONAD GRANICAMI” finansowanego ze środków Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej z siedzibą w Warszawie.

I. Nazwa i adres Zamawiającego:

Uniwersytet Szczeciński, al. Papieża Jana Pawła II 22a, 70-453 Szczecin NIP: 851-020-80-05
www.usz.edu.pl

II. Tryb udzielenia zamówienia

1. Postępowanie prowadzone jest w drodze zapytania ofertowego
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania i nie dokonania wyboru najkorzystniejszej oferty bez podawania przyczyny.

III. Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie spójnego systemu identyfikacji wizualnej projektu „UNIWERSYTET MARKA PONAD GRANICAMI”. Projekt powinien uwzględniać na wszystkich przygotowanych utworach, materiałach i dokumentach, które podawane są do wiadomości publicznej lub przeznaczone dla grupy docelowej umieszczenie na nich, w widocznym miejscu:

1. Logotypu Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej, dostępnego do pobrania ze strony www.nawa.gov.pl,

2. Informacji:

- „Projekt finansowany przez Narodową Agencję Wymiany Akademickiej w ramach Programu Nowoczesna Promocja Zagraniczna”

lub

- „The project is financed by the Polish National Agency for Academic Exchange”
- w produktach audio informacja o finansowaniu przez Agencję musi zostać odczytana w trakcie trwania nagrania

Wytyczne kreatywne do stworzenia logo:

Celem opracowania logo jest stworzenie znaku charakteryzującego się wysokim poziomem graficznym, wyróżniającego/identyfikującego projekt. Wybrany projekt logo powinien wywoływać pozytywne skojarzenia z ogólną tematyką projektu. Nadesłane w dokumentacji, zgodnie z Opisem sposobu przygotowania oferty, logo będzie przedmiotem oceny nadesłanej oferty, natomiast nie musi stanowić podstawy graficznej do realizacji całego zamówienia po podpisaniu umowy z Wykonawcą. Zamawiający zastrzega sobie prawo modyfikacji znaku graficznego przedstawionego w ofercie. Projekt logo będzie przedmiotem negocjacji przed podpisaniem umowy. Zamawiający zastrzega sobie prawo do rezygnacji z niektórych pozycji zamówienia.



Głównym celem projektu jest zwiększenie znaczenia i świadomości marki Uniwersytetu Szczecińskiego wśród mieszkańców Ukrainy. Największym zainteresowaniem wśród studentów z Ukrainy są kierunki związane m.in. z turystyką, stosunki międzynarodowe, ekonomia, zarządzanie, filologia, które na US są realizowane lecz w niewielkim stopniu zasilają miejsca przez studentów z Ukrainy.

Grupą docelową są osoby z Ukrainy zainteresowane wyjazdem do Polski w celu kształcenia na studiach wyższych, znalezienia pracy podczas edukacji, korzystania z zasobów kulturowych miasta oraz infrastruktury gastronomiczno-lokalowej:

- osoby zainteresowane wyjazdem z Ukrainy w celu podjęcia kształcenia na uczelniach wyższych w Polsce,
- zwiększenie świadomości marki Uniwersytetu Szczecińskiego na Ukrainie,
- osoby zajmujące się promowaniem zagranicznej oferty edukacyjnej oraz przedstawieniem jej swoim mieszkańcom,
- osoby rozpoznawalne na Ukrainie (znane osoby z np. z polityki, ew. ukraińscy celebryci, pracownicy konsulatów RP na Ukrainie, pracownicy konsulatów Ukrainy w Polsce, a przede wszystkim blogerzy Internetowi mający znaczący wpływ na społeczeństwo akademickie),
- użytkownicy Internetu, osoby korzystające z portali społecznościowych na terenie Ukrainy, szukający korzystnej oferty edukacyjnej i turystycznej w Polsce,
- uczestnicy w programie Erasmus,
- pracownicy naukowo-dydaktyczni uczelni wyższych na Ukrainie, którzy będą zainteresowani nawiązaniem współpracy w zakresie badań naukowych i prowadzenia dydaktyki na US (seminariów, zajęć edukacyjnych, innych form).

W ramach zlecenia Wykonawca zobligowany będzie do wykonania następujących elementów systemu identyfikacji wizualnej projektu „UNIWERSYTET MARKA PONAD GRANICAMI”:

1. Logo

- przygotowanie logo wraz z księgą znaku, czyli opisem umieszczenia znaku na różnych rodzajach tła: w wersji pełnokolorowej, monochromatycznej i achromatycznej;
- koncepcja logo powinna nawiązywać do celu projektu;
- logo zawierające sygnety i logotyp lub logo tekstowe z wyróżnikiem graficznym;
- specyfikacja kolorów w 2 systemach standaryzacji: CMYK oraz w systemie RGB dla potrzeb publikacji internetowej;
- wzór występowania logo na różnych tłach (wzorzyste i jednolite, jasne i ciemne);
- pole podstawowe i chronione znaku;
- dwa wymiary skalowania i postać minimalna;
- ochrona znaku (wersje niedozwolone);
- znak graficzny powinien stanowić skuteczny instrument kampanii promocyjnej;
- znak graficzny powinien być nowoczesny, atrakcyjny wizualnie, oryginalny i wyróżniający się;
- znak graficzny i technologia jego wykonania powinny być uniwersalne dla dużego formatu oraz znacznych pomniejszych;
- znak graficzny powinien być dostarczony w rozszerzeniach: jpg., png., pdf., tif., ai., eps.

2. Projekt graficzny z wykorzystaniem logo projektu oraz logotypu Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej na materiałach i formatach:

- papieru firmowego (format A4)
- wizytówek osobowych (50x90 mm)
- teczki papierowej A4+ ze skrzydełkami
- certyfikatu (format A4)
- szablonu prezentacji multimedialnej (w PowerPoint)
- baniera reklamowego do kampanii internetowej (1920x1080 pikseli)
- plakatu (format A2)
- roll-up' u (100 x 200 cm + 15 cm od dołu na spad)

V. Termin realizacji zamówienia

W ramach zlecenia Wykonawca zobligowany będzie w terminie najpóźniej do **14 dni roboczych od daty podpisania umowy** do wykonania elementów zawartych w opisie przedmiotu zamówienia.

VI. Prawa autorskie

W ramach realizacji zamówienia, Wykonawca przeniesie na Zamawiającego:

1. Majątkowe prawa autorskie do projektów graficznych stanowiących wszystkie części zamówienia oraz do wszystkich ich części składowych bez ograniczeń co do terytorium, czasu oraz liczby egzemplarzy – w zakresie następujących pól eksploatacji:

- w zakresie utrwalania i zwielokrotniania – wytwarzanie egzemplarzy utworu dowolnymi technikami, w tym techniką zapisu magnetycznego, światłoczułą, audiowizualną, cyfrową, optyczną, reprograficzną, drukarską, komputerową, niezależnie od formatu zapisu i nośnika, rozmiaru, formy, techniki, oprawy, rodzaju i sposobu dystrybucji lub upubliczniania, w tym utrwalanie na nośnikach dźwięku;
- wprowadzania do pamięci komputera, zapis czasowy i trwały oraz kopia takich zapisów, archiwizacja zapisów;
- w zakresie obrotu oryginałem lub egzemplarzami, na których utwór utrwalono – wprowadzanie oryginału lub egzemplarzy do obrotu, najem, dzierżawa, użyczenie, wymiana z osobami trzecimi w kraju i za granicą;
- nadawania za pomocą wizji lub fonii przewodowej oraz bezprzewodowej przez stacje naziemne, za pośrednictwem satelity (sygnał kodowany i niekodowany) wraz z prawem do retransmisji w ramach platform cyfrowych lub w sieciach kablowych, nadawanie internetowe, wykorzystanie na stronach internetowych Zamawiającego;
- równoczesne integralne nadawanie (reemitowanie) przez inną organizację telewizyjną;
- w zakresie rozpowszechniania w sposób inny niż mowa powyżej – publiczne wykonanie, wystawianie, wyświetlanie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także udostępnianie w taki sposób aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym; w tym w sieci internetowej, w innych sieciach teleinformatycznych, multimedialnych i komputerowych; wykorzystanie interaktywne; udostępnianie za pomocą mediów strumieniowych;
- wykorzystywania w całości lub we fragmentach, w tym w ramach kompilacji, zbiorów,

utworów zbiorowych lub połączeń z innymi dobrami, w tym innymi utworami, w różnych wersjach zmienionych i skróconych, w wersjach ze zmienioną warstwą ilustracyjną lub informacyjną;

- wszelkie formy eksploatacji i dystrybucji, tak w formie graficznej, tekstowej, zapisu elektronicznego i komputerowego, jak i innych form, zarówno w wersji drukowanej, jak i elektronicznej lub komputerowej, udostępnianie drogą wysyłkową i internetową, wydania w prasie, w tym drukowanej i internetowej, w dowolnych portalach, serwisach, wortalach, na dowolnych stronach internetowych i intranetowych;
- dowolne wykorzystywanie w przekazach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, jak również wyłączne prawo na dokonywanie przedruków w prasie, Internecie i innych mediach;

2. Prawo do wykonywania praw zależnych, prawo do zezwalania na wykonywanie praw zależnych do całości i poszczególnych elementów projektów graficznych wszystkich części zamówienia, w tym prawo do tworzenia ich opracowań, wykorzystania ich elementów i rozporządzania nimi (w szczególności w celu promocji Zamawiającego) na polach eksploatacji, o których mowa w pkt 1.

VII. Główne warunki udziału w postępowaniu

W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy spełnią następujące warunki:

- posiadają wiedzę i doświadczenie w świadczeniu usług objętych zamówieniem;
- dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
- akceptują treść zamówienia – złożenie oferty jest jednoznaczne z akceptacją treści zamówienia.

VIII. Opis sposobu przygotowania oferty:

1. Oferta powinna zawierać:

- informacje o firmie (pełna nazwa, siedziba, numer telefonu, adres e-mail, NIP),
- łączną cenę netto i brutto za realizację zamówienia,

2. Oferta powinna zawierać projekt elementu identyfikacji wizualnej w postaci logo programu:

- **jeden znak graficzny** (logo zawierające sygnet i logotyp lub logo tekstowe z wyróżnikiem graficznym) z opisem kolorów oraz określeniem konstrukcji i pola chronionego znaku graficznego w skali CMYK oraz opisem znaczenia znaku (część opisowa powinna zawierać maksymalnie 10 zdań). Znak graficzny musi być oryginalny, tzn. nie może być kopią żadnego istniejącego i chronionego prawnie znaku graficznego. Projekty należy przesłać w formacie PDF.
- portfolio zrealizowanych prac wraz z informacją na temat doświadczenia w realizacji projektów graficznych.

IX. Miejsce i termin składania ofert

Oferta powinna zostać przesłana w terminie do dnia **27 lutego 2019 r., do godz. 12.00** za pośrednictwem platformy zakupowej: <https://platformazakupowa.pl/pn/usz>

Oferty złożone po upływie wyznaczonego terminu nie będą rozpatrywane.

X. Kryteria oceny

Zamawiający dokona oceny złożonych ofert na podstawie następujących kryteriów:

Projekt finansowany przez Narodową Agencję Wymiany Akademickiej
w ramach Programu Nowoczesna Promocja Zagraniczna

- „Cena” – całkowita cena brutto wykonania usługi waży 50% na ocenie oferty;
- „Jakość graficzna projektów” - waży 50% na ocenie oferty.

Oferta będzie oceniana wg powyższych kryteriów zgodnie z poniższym wzorem:

$$C = C1 + C2$$

gdzie:

C – łączna liczba punktów

C1 – liczba punktów w kryterium „Jakość graficzna projektów”

C2 – liczba punktów w kryterium „Cena”

Kryterium C1 „Jakość graficzna projektu” - łącznie można otrzymać 10 pkt, w tym:

- estetyka dostosowana do charakteru projektu (łączna ocena logo i palety barw, zgodnie z opisem w wytycznych kreatywnych) – 5 pkt;
- kreatywność, pomysłowość, atrakcyjność i nowoczesność rozwiązań graficznych – 5 pkt;

Kryterium „Cena” - łącznie można otrzymać 10 pkt. Ocena oferty dokonywana będzie w kryterium cena brutto za realizację całego zamówienia według następującego wzoru:

$$C1 = (CNAJ / CO) \times 10 \text{ pkt}$$

C1 – liczba punktów przyznana danej ofercie w kryterium,

CNAJ – najniższa cena brutto spośród ofert niepodlegających odrzuceniu,

CO – cena brutto podana w ofercie dla której wynik jest obliczany

Wybór najkorzystniejszej oferty

Za najkorzystniejszą zostanie uznana ta spośród ofert, która otrzyma największą ilość punktów (sumę punktów C). Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taką samą ilość punktów, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z ceną najniższą.

XI. Sposób obliczania ceny

1. Cena będzie zawierała wszystkie koszty związane z realizacją zamówienia. Należy ją podać w polskich złotych.
2. Wszystkie czynności związane z obliczeniem ceny i mające wpływ na jej wysokość, Wykonawca powinien wykonać z należytą starannością.
3. Zaoferowana cena winna uwzględniać wykonanie wszystkich prac i czynności oraz zawierać wszelkie koszty związane z realizacją zamówienia, świadczone przez okres i na warunkach określonych w ofercie Wykonawcy, w tym także koszty z tytułu przeniesienia majątkowych praw autorskich.

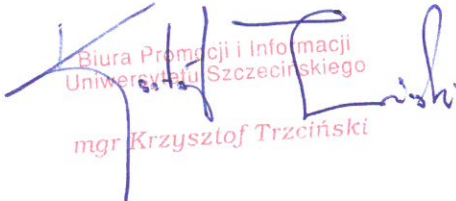
XII. Termin i warunki płatności:

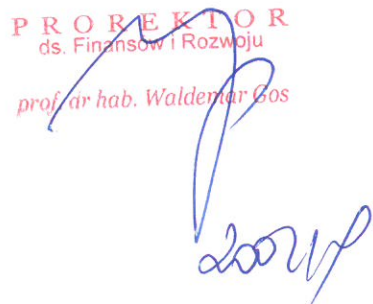
1. Płatność za realizację zamówienia będzie dokonana w terminie 14 dni od dnia otrzymania prawidłowo wystawionej faktury VAT lub rachunku.
2. Podstawą wystawienia faktury VAT lub rachunku będzie podpisany bez zastrzeżeń protokół odbioru usługi.

XIII. Inne warunki:



1. Nadesłane przez Oferentów projekty graficzne logo nie staną się własnością zamawiającego po wybraniu oferty.
2. Nadesłane w dokumentacji, zgodnie z Opisem sposobu przygotowania oferty, logo będzie przedmiotem oceny nadesłanej oferty, natomiast nie musi stanowić podstawy graficznej do realizacji całego zamówienia po podpisaniu umowy z Wykonawcą. Zamawiający zastrzega sobie prawo modyfikacji znaku graficznego przedstawionego w ofercie.
3. Informujemy, że złożone oferty mają na celu rozpoznanie rynku i nie mogą stanowić skutecznego roszczenia do zlecenia usługi lub zawarcia umowy. Niemniej, mogą stać się podstawą do dalszych negocjacji i/lub zlecenia stosownej usługi bądź zawarcia umowy w zakresie realizacji zlecenia.
4. W przypadku niewybrania Wykonawcy (np. brak ofert, odrzucenie ofert) Zamawiający dopuszcza możliwość ponownego rozpoczęcia procedury zapytania ofertowego.
5. Wykonawca zostanie odrzucony w przypadku rażącej różnicy wartości oferty w stosunku do cen rynkowych.
6. Ze względu na założenia budżetowe i ograniczenia finansowe, w przypadku, gdy kwoty przedstawione w odpowiedziach na zapytanie będą wyższe od zaplanowanych w budżecie ww. projektu Zamawiający zastrzega sobie prawo negocjacji z Wykonawcami, którzy nie zostali wykluczeni z postępowania. Na wypadek takiej sytuacji Zamawiający zastrzega sobie prawo ustalenia dodatkowych kryteriów oceny.
7. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wyboru kolejnej spośród najkorzystniejszych ofert, jeżeli Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, nie podpisze z Zamawiającym umowy w terminie do 7 dni od daty wybrania jego oferty.
8. Wybrany Oferent zostanie poinformowany o terminie i miejscu podpisania umowy.


Biura Promocji i Informacji
Uniwersytetu Szczecińskiego
mgr Krzysztof Trzeciński


PROREKTOR
ds. Finansów i Rozwoju
prof. dr hab. Waldemar Gos