

Przetarg nieograniczony PN/3/18

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

OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - Usługi

Zamieszczanie ogłoszenia: Zamieszczanie obowiązkowe

Ogłoszenie dotyczy: Zamówienia publicznego

Zamówienie dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej

Tak

Nazwa projektu lub programu

Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (PO WER)

O zamówienie mogą ubiegać się wyłącznie zakłady pracy chronionej oraz wykonawcy, których działalność, lub działalność ich wyodrębnionych organizacyjnie jednostek, które będą realizowały zamówienie, obejmuje społeczną i zawodową integrację osób będących członkami grup społecznie marginalizowanych

Nie

Należy podać minimalny procentowy wskaźnik zatrudnienia osób należących do jednej lub więcej kategorii, o których mowa w art. 22 ust. 2 ustawy Pzp, nie mniejszy niż 30%, osób zatrudnionych przez zakłady pracy chronionej lub wykonawców albo ich jednostki (w %)

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

Postępowanie przeprowadza centralny zamawiający

Nie

Postępowanie przeprowadza podmiot, któremu zamawiający powierzył/powierzyli przeprowadzenie postępowania

Nie

Informacje na temat podmiotu któremu zamawiający powierzył/powierzyli prowadzenie postępowania:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie przez zamawiających

Nie

Jeżeli tak, należy wymienić zamawiających, którzy wspólnie przeprowadzają postępowanie oraz podać adresy ich siedzib, krajowe numery identyfikacyjne oraz osoby do kontaktów wraz z danymi do kontaktów:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej

Nie

W przypadku przeprowadzania postępowania wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej – mające zastosowanie krajowe prawo zamówień publicznych:

Informacje dodatkowe:

I. 1) NAZWA I ADRES: Wojewódzki Urząd Pracy, krajowy numer identyfikacyjny 27685569600000, ul.Kościuszki 30 , 40048 Katowice, woj. śląskie, państwo Polska, tel. 0 32 757 33 61, e-mail mnowak@poczta.wup-katowice.pl, faks .

Adres strony internetowej (URL): <http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=166837>

Adres profilu nabywcy:

Adres strony internetowej pod którym można uzyskać dostęp do narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Inny (proszę określić):

Jednostka organizacyjna samorządu województwa nieposiadająca osobowości prawnej.

I.3) WSPÓLNE UDZIELANIE ZAMÓWIENIA (jeżeli dotyczy):

Podział obowiązków między zamawiającymi w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania, w tym w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej (który z zamawiających jest odpowiedzialny za przeprowadzenie postępowania, czy i w jakim zakresie za przeprowadzenie postępowania odpowiadają pozostali zamawiający, czy zamówienie będzie udzielane przez każdego z zamawiających indywidualnie, czy zamówienie zostanie udzielone w imieniu i na rzecz pozostałych zamawiających):

I.4) KOMUNIKACJA:

Nieograniczony, pełny i bezpośredni dostęp do dokumentów z postępowania można uzyskać pod adresem (URL)

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=166837>

Adres strony internetowej, na której zamieszczona będzie specyfikacja istotnych warunków zamówienia

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=166837>

Dostęp do dokumentów z postępowania jest ograniczony - więcej informacji można uzyskać pod adresem

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy przysyłać:

Elektronicznie

Nie

adres

Dopuszczone jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Nie

Inny sposób:

Wymagane jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Tak

Inny sposób:

pisemnie

Adres:

Wojewódzki Urząd Pracy ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice

Komunikacja elektroniczna wymaga korzystania z narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

Nie
Nieograniczony, pełny, bezpośredni i bezpłatny dostęp do tych narzędzi można uzyskać pod adresem: (URL)

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Kampania w Internecie informująca o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL oraz PO WER w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach

Numer referencyjny: PN/3/18

Przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia przeprowadzono dialog techniczny

Nie

II.2) Rodzaj zamówienia: Usługi

II.3) Informacja o możliwości składania ofert częściowych

Zamówienie podzielone jest na części:

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu można składać w odniesieniu do:

Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia łącznie następujących części lub grup części:

Maksymalna liczba części zamówienia, na które może zostać udzielone zamówienie jednemu wykonawcy:

II.4) Krótki opis przedmiotu zamówienia (wielkość, zakres, rodzaj i ilość dostaw, usług lub robót budowlanych lub określenie zapotrzebowania i wymagań) a w przypadku partnerstwa innowacyjnego - określenie zapotrzebowania na innowacyjny produkt, usługę lub roboty budowlane: 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 słyhać 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, udźwiękowienie itp.) oraz ekipę mającej doświadczenie, w tym operatora, montażystę, osobę odpowiedzialną za profesjonalne udźwiękowienie 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 przekaże Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików komputerowych do umieszczenia na stronach internetowych oraz utracone 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 przekaże 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 (wzbożonych 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);

II.5) Główny kod CPV: 79342200-5

Dodatkowe kody CPV:

II.6) Całkowita wartość zamówienia (jeżeli zamawiający podaje informacje o wartości zamówienia):

Wartość bez VAT: 154333,33 Waluta:

PLN

(w przypadku umów ramowych lub dynamicznego systemu zakupów – szacunkowa całkowita maksymalna wartość w całym okresie obowiązywania umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów)

II.7) Czy przewiduje się udzielenie zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp: Nie

Określenie przedmiotu, wielkości lub zakresu oraz warunków na jakich zostaną udzielone zamówienia, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp:

II.8) Okres, w którym realizowane będzie zamówienie lub okres, na który została zawarta umowa ramowa lub okres, na który został ustanowiony dynamiczny system zakupów:

miesiącach: lub dniach:

lub

data rozpoczęcia: lub zakończenia: 2018-12-15

II.9) Informacje dodatkowe:

SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

III.1) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

III.1.1) Kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów

Określenie warunków: Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

III.1.2) Sytuacja finansowa lub ekonomiczna

Określenie warunków: Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

III.1.3) Zdolność techniczna lub zawodowa

Określenie warunków: 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 z podaniem daty realizacji kampanii, przedmiotu kampanii, nazwy zleceniodawcy na rzecz, którego była wykonana.

Zamawiający wymaga od wykonawców wskazania w ofercie lub we wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu imion i nazwisk osób wykonujących czynności przy realizacji zamówienia wraz z informacją o kwalifikacjach zawodowych lub doświadczeniu tych osób: Tak

Informacje dodatkowe:

III.2) PODSTAWY WYKLUCZENIA

III.2.1) Podstawy wykluczenia określone w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp

III.2.2) Zamawiający przewiduje wykluczenie wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5 ustawy Pzp

Tak

Zamawiający przewiduje następujące fakultatywne podstawy wykluczenia: Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 2 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 3 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 4 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 5 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 6 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 7 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 8 ustawy Pzp)

III.3) WYKAZ OŚWIADCZEŃ SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W CELU WSTĘPNEGO POTWIERDZENIA, ŻE NIE PODLEGA ON WYKLUCZENIU ORAZ SPEŁNIA WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ SPEŁNIA KRYTERIA SELEKCJI

Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu

Tak

Oświadczenie o spełnianiu kryteriów selekcji

Nie

III.4) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW , SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJĄCEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 3 USTAWY PZP:

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.

III.5) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJĄCEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 1 USTAWY PZP

III.5.1) W ZAKRESIE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU:

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; 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;

III.5.2) W ZAKRESIE KRYTERIÓW SELEKCJI:

III.6) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJĄCEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 2 USTAWY PZP

III.7) INNE DOKUMENTY NIE WYMIENIONE W pkt III.3) - III.6)

1. 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. 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.

3. 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,

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) OPIS

IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: Przetarg nieograniczony

IV.1.2) Zamawiający żąda wniesienia wadium:

Nie

Informacja na temat wadium

IV.1.3) Przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:

Nie

Należy podać informacje na temat udzielania zaliczek:

IV.1.4) Wymaga się złożenia ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Dopuszcza się złożenie ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Informacje dodatkowe:

IV.1.5.) Wymaga się złożenia oferty wariantowej:

Nie

Dopuszcza się złożenie oferty wariantowej

Nie

Złożenie oferty wariantowej dopuszcza się tylko z jednoczesnym złożeniem oferty zasadniczej:

Nie

IV.1.6) Przewidywana liczba wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do udziału w postępowaniu (przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne)

Liczba wykonawców

Przewidywana minimalna liczba wykonawców

Maksymalna liczba wykonawców

Kryteria selekcji wykonawców:

IV.1.7) Informacje na temat umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów:

Umowa ramowa będzie zawarta:

Czy przewiduje się ograniczenie liczby uczestników umowy ramowej:

Przewidziana maksymalna liczba uczestników umowy ramowej:

Informacje dodatkowe:

Zamówienie obejmuje ustanowienie dynamicznego systemu zakupów:

Adres strony internetowej, na której będą zamieszczone dodatkowe informacje dotyczące dynamicznego systemu zakupów:

Informacje dodatkowe:

W ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów dopuszcza się złożenie ofert w formie katalogów elektronicznych:

Przewiduje się pobranie ze złożonych katalogów elektronicznych informacji potrzebnych do sporządzenia ofert w ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów:

IV.1.8) Aukcja elektroniczna

Przewidziane jest przeprowadzenie aukcji elektronicznej (przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem) Nie Należy podać adres strony internetowej, na której aukcja będzie prowadzona:

Należy wskazać elementy, których wartości będą przedmiotem aukcji elektronicznej:

Przewiduje się ograniczenia co do przedstawionych wartości, wynikające z opisu przedmiotu zamówienia:

Należy podać, które informacje zostaną udostępnione wykonawcom w trakcie aukcji elektronicznej oraz jaki będzie termin ich udostępnienia:

Informacje dotyczące przebiegu aukcji elektronicznej:

Jaki jest przewidziany sposób postępowania w toku aukcji elektronicznej i jakie będą warunki, na jakich wykonawcy będą mogli licytować (minimalne wysokości postąpień):

Informacje dotyczące wykorzystywanego sprzętu elektronicznego, rozwiązań i specyfikacji technicznych w zakresie połączeń:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w aukcji elektronicznej:

Informacje o liczbie etapów aukcji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Czy wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Warunki zamknięcia aukcji elektronicznej:

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.1) Kryteria oceny ofert:

IV.2.2) Kryteria

Kryteria Znaczenie

cena 50,00

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) 10,00

osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość obejrzeń każdego z 6 filmów wideo (4 filmy w ramach kampanii RPO i 2 filmy w ramach kampanii PO WER) 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) 10,00

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) 10,00

osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość unikalnych użytkowników, którzy odwiedzą każdy z 7 artykułów z uwzględnieniem targetowania na woj. śląskie i grupę docelową (min. 3 000 max. 5 000) 10,00

„zawartość merytoryczna i graficzna tekstu” (próbka) 10,00

IV.2.3) Zastosowanie procedury, o której mowa w art. 24aa ust. 1 ustawy Pzp (przetarg nieograniczony)

Nie

IV.3) Negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne

IV.3.1) Informacje na temat negocjacji z ogłoszeniem

Minimalne wymagania, które muszą spełniać wszystkie oferty:

Przewidziane jest zastrzeżenie prawa do udzielenia zamówienia na podstawie ofert wstępnych bez przeprowadzenia negocjacji

Przewidziany jest podział negocjacji na etapy w celu ograniczenia liczby ofert:

Należy podać informacje na temat etapów negocjacji (w tym liczbę etapów):

Informacje dodatkowe

IV.3.2) Informacje na temat dialogu konkurencyjnego

Opis potrzeb i wymagań zamawiającego lub informacja o sposobie uzyskania tego opisu:

Informacja o wysokości nagród dla wykonawców, którzy podczas dialogu konkurencyjnego przedstawili rozwiązania stanowiące podstawę do składania ofert, jeżeli zamawiający przewiduje nagrody:

Wstępny harmonogram postępowania:

Podział dialogu na etapy w celu ograniczenia liczby rozwiązań:

Należy podać informacje na temat etapów dialogu:

Informacje dodatkowe:

IV.3.3) Informacje na temat partnerstwa innowacyjnego

Elementy opisu przedmiotu zamówienia definiujące minimalne wymagania, którym muszą odpowiadać wszystkie oferty:

Podział negocjacji na etapy w celu ograniczeniu liczby ofert podlegających negocjacom poprzez zastosowanie kryteriów oceny ofert wskazanych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

Informacje dodatkowe:

IV.4) Licytacja elektroniczna

Adres strony internetowej, na której będzie prowadzona licytacja elektroniczna:

Adres strony internetowej, na której jest dostępny opis przedmiotu zamówienia w licytacji elektronicznej:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w licytacji elektronicznej, w tym wymagania techniczne urządzeń informatycznych:

Sposób postępowania w toku licytacji elektronicznej, w tym określenie minimalnych wysokości postąpień:

Informacje o liczbie etapów licytacji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w licytacji elektronicznej:

Data: godzina:

Termin otwarcia licytacji elektronicznej:

Termin i warunki zamknięcia licytacji elektronicznej:

Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, albo ogólne warunki umowy, albo wzór umowy:

Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:

Informacje dodatkowe:

IV.5) ZMIANA UMOWY

Przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano

wyboru wykonawcy: Tak

Należy wskazać zakres, charakter zmian oraz warunki wprowadzenia zmian:

Zamawiający dopuszcza możliwość wprowadzenia zmiany do niniejszej umowy w zakresie: 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. Zmiana, o której mowa w ust. 2 nastąpi w formie pisemnej pod rygorem nieważności

IV.6) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.6.1) Sposób udostępniania informacji o charakterze poufnym (jeżeli dotyczy):

Środki służące ochronie informacji o charakterze poufnym

IV.6.2) Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu:

Data: 2018-05-29, godzina: 11:00,

Skrócenie terminu składania wniosków, ze względu na pilną potrzebę udzielenia zamówienia (przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem):

Wskazać powody:

Język lub języki, w jakich mogą być sporządzane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu

> język polski

IV.6.3) Termin związania ofertą: do: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert)

IV.6.4) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej oraz niepodlegających zwrotowi środków z pomocy udzielonej przez państwa członkowskie Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: Nie

IV.6.5) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, jeżeli środki służące sfinansowaniu zamówień na badania naukowe lub prace rozwojowe, które zamawiający zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości lub części zamówienia, nie zostały mu przyznane

IV.6.6) Informacje dodatkowe:

ZAŁĄCZNIK I - INFORMACJE DOTYCZĄCE OFERT CZĘŚCIOWYCH

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

Katowice, 21 maja 2018 r.

Załączniki

[Materiały źródłowe o PSF](#) | 7Z, 548.1 KB |

[SIWZ PN 3](#) | PDF, 1.31 MB | [Otwarcie w nowym oknie](#)

[Załączniki w wersji edytowalnej PN/3/18](#) | DOC, 471.5 KB | [Otwarcie w nowym oknie](#)