

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej za pośrednictwem traffic TV, czyli ekranów na dworcach PKP, w 16 miastach - w miastach wojewódzkich lub innych miastach powyżej 100.000 mieszkańców. W ramach działań zostanie przygotowany krótki spot reklamowy dotyczący ZSK, który następnie będzie wyświetlany na określonej liczbie ekranów na każdym z 16 dworców PKP przez 7 dni.

Działanie ma na celu upowszechnienie Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz promocję polityki uczenia się przez całe życie Lifelong Learning (LLL).

Zamówienie będzie finansowane z następującego projektu: Wsparcie rozwoju ZSK w szczególności na poziomie regionalnym poprzez wdrażanie rozwiązań i inicjatyw skierowanych do użytkowników końcowych systemu, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

II. INFORMACJE NA TEMAT ZSK

Informacje na temat ZSK znajdują się na stronach: www.kwalifikacje.edu.pl oraz www.kwalifikacje.gov.pl.

III. GRUPA DOCELOWA

- Osoby uczące się (uczniowie wszystkich szkół i etapów edukacji formalnej)
- Osoby wchodzące lub powracające na rynek pracy
- Osoby chcące się przebranżowić lub poszerzyć swoje kwalifikacje
- Osoby chcące potwierdzić swoje kompetencje (uzyskać kwalifikację)
- Osoby bezrobotne

IV. CELE MARKETINGOWE I KOMUNIKACYJNE KAMPANII

Cele szczegółowe kampanii promocyjno-informacyjnej projektu:

Kampania ma na celu:

- 1) Szerzenie wiedzy i budowanie świadomości na temat ZSK;
- 2) Promocję polityki uczenia się przez całe życie Lifelong Learning (LLL);
- 3) Komunikowanie korzyści wynikających ze znajomości ZSK wśród grupy docelowej;
- 4) Promocję idei uczenia się przez całe życie w kontekście Krajowego Systemu Kwalifikacji i Polskiej Ramy Kwalifikacji;

- 5) Zmiana świadomości społecznej w zakresie postrzegania ścieżek kariery, podejścia do pozyskiwania kwalifikacji i uczenia się przez całe życie, zmiana oczekiwań wobec systemu edukacji;
- 6) Dostarczanie rzetelnej informacji o systemie, zachęcenie potencjalnych grup docelowych do wykorzystania rozwiązań jakie daje ZSK.

V. ZAKRES DZIAŁAŃ WYKONAWCY

1. Przygotowanie spotu reklamowego:

Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie spotu reklamowego ok. 30 sekund na podstawie scenariusza Zamawiającego. Forma graficzna spotu zostanie uzgodniona z Zamawiającym po podpisaniu umowy. Planuje się realizację spotu w postaci kolażu materiałów video. Zamawiający dostarczy scenariusz w dniu podpisania umowy. Wykonawca przygotuje wstępny materiał filmowy do akceptacji w terminie 5 dni roboczych. Zamawiający przekaże uwagi w terminie 1 dnia roboczego, a Wykonawca naniesie je na materiał w terminie kolejnego 1 dnia roboczego.

2. Emisja spotu reklamowego:

Wykonawca odpowiedzialny będzie za dostarczenie określonej liczby ekranów traffic TV oraz wyświetlanie spotu reklamowego na ekranach w wybranych konfiguracjach - jeśli chodzi o liczbę dni i czas emisji.

Kampania będzie realizowana na dworcach PKP w miastach wojewódzkich tj.: Warszawa, Kraków, Wrocław, Łódź, Poznań, Gdańsk, Lublin, Szczecin, Bydgoszcz, Katowice, Białystok, Olsztyn, Kielce, Rzeszów, Opole, Zielona Góra lub innych niebędących miastami wojewódzkimi, które posiadają ponad 100.000 mieszkańców. Kampania ma zasięg ogólnopolski i musi zostać zrealizowana w każdym województwie.

Minimalna liczba ekranów jaką Wykonawca jest zobowiązany zapewnić w ramach wszystkich dworców łącznie wynosi 46.

3. Wymagania odnośnie lokalizacji ekranów traffic TV:

- a. główne dworce PKP w miastach wskazanych w pkt 2

4. Wybór czasu emisji:

Spoty reklamowe będą wyświetlane na ekranach przez 7 dni w godzinach 8:00-20:00. Planuje się dzienną emisję na 1 ekran w liczbie 72 emisje (emisja minimum co 10 minut) na jeden ekran w danej lokalizacji.

5. Harmonogram działań:

- Działania zostaną rozplanowane na okres od momentu zawarcia umowy do 31 grudnia 2022,
- Wykonawca uzgodni z Zamawiającym szczegółowy harmonogram emisji spotów reklamowych na wybranych ekranach w trybie roboczym.

6. Wykonawca odpowiedzialny będzie za:

- przygotowanie spotu reklamowego
- dostarczenie określonej liczby ekranów
- zapewnienie emisji spotów w uzgodnionych terminach
- przygotowanie sprawozdania zawierającego statystyki dotarcia

VI. ZASIĘG

Działania informacyjno-promocyjne na ekranach traffic TV mają mieć charakter ogólnopolski i zapewnić dotarcie do jak największej liczby osób z grup docelowych. Zamawiający wymaga, aby każda wybrana lokalizacja emisji spotów reklamowych była w pełni dostępna dla pasażerów.

VII. ELEMENTY OBOWIĄZKOWE/ZALECENIA KOMUNIKACYJNE

Przestrzeganie przez Wykonawcę obowiązków wizualizacji

Działania promocyjne objęte zamówieniem będą realizowane zgodnie z:

- Wytycznymi dotyczącymi oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój,
- Systemem identyfikacji wizualnej projektów Instytutu Badań Edukacyjnych.

Wykonawca zobowiązany będzie do umieszczania logo Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, logo Unii Europejskiej wraz z podpisem Unia Europejska, logo projektu oraz flagi RP na wszystkich materiałach promocyjno-informacyjnych dotyczących realizacji zamówienia.

VIII. TERMIN REALIZACJI I PŁATNOŚĆ

Przedmiot zamówienia będzie wykonywany od dnia podpisania umowy do **31.12.2022 r.**

Rozliczenie nastąpi na podstawie FV lub rachunku wystawionego przez Wykonawcę w terminie 21 dni od dostarczenia do siedziby zamawiającego. Podstawą do wystawienia dokumentu płatności będzie zatwierdzone przez obie strony sprawozdanie z kampanii i potwierdzający wykonanie wszystkich warunków zamówienia. Zamawiający dokona weryfikacji przedłożonego sprawozdania w terminie 1 dnia licząc od dnia dostarczenia go przez Wykonawcę.

Szczegółowy harmonogram realizacji zostanie uzgodniony pomiędzy stronami w trybie roboczym, z zastrzeżeniem, że wszystkie działania muszą zostać zakończone i odebrane w terminie do **31.12 2022 r. z zastrzeżeniem, że wyświetlanie kampanii musi zakończyć się do dnia 22.12.2022 r.**