

Szczecin, dn.21.08.2015 r.

## **ZAPYTANIE OFERTOWE**

**na produkcję 4 filmów reklamowych oraz opracowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej tych filmów w ramach projektu innowacyjnego testującego „PI – Model Adaptacyjnego Transferu Rozwiązań Innowacyjnych i Eksperckich: MATRIX” realizowanego przez Zachodniopomorską Szkołę Biznesu w Szczecinie.**

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie zwraca się z zapytaniem ofertowym dotyczącym produkcji spotów reklamowych oraz opracowania i przeprowadzenia kampanii promocyjnej spotów w ramach projektu innowacyjnego testującego „PI – Model Adaptacyjnego Transferu Rozwiązań Innowacyjnych i Eksperckich: MATRIX”, realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet VIII „Regionalne kadry gospodarki”, Działanie 8.2 „Transfer wiedzy”, Poddziałanie 8.2.1 „Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Dane szczegółowe dotyczące zamówienia:

### **I. Postanowienia ogólne**

- a. Przedmiot zapytania jest współfinansowany ze środków UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
- b. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- c. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
- d. Zamawiający nie dopuszcza możliwości udzielenia zamówienia Wykonawcy/ Wykonawcom powiązanim z nim kapitałowo lub osobowo.
- e. Zamawiający nie dopuszcza możliwości powierzenia przez Wykonawcę zamówienia podwykonawcom bez zgody Zamawiającego.

### **II. Tryb postępowania**

Zamówienie powyżej 14 tys. euro netto (wartość zamówienia ustalana zgodnie ze średnim kursem złotego w stosunku do euro, o którym mowa w ustawie z dn. 29.01.2004 r. – Prawo zamówień publicznych), będzie udzielone zgodnie z zasadą konkurencyjności i nie podlega przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych.

Zapytanie wysłane jest do potencjalnych oferentów oraz zostaje umieszczone na stronie Zamawiającego: [www.zpsb.pl](http://www.zpsb.pl) w celu wybrania najkorzystniejszej oferty.

### **III. Przedmiot zamówienia**

1. Przedmiotem zamówienia jest: Usługa produkcji 4 filmów reklamowych oraz opracowania i przeprowadzenia kampanii promocyjnej tych filmów w ramach projektu innowacyjnego testującego „PI – Model Adaptacyjnego Transferu Rozwiązań Innowacyjnych i Eksperckich: MATRIX” realizowanego przez Zachodniopomorską Szkołę Biznesu w Szczecinie.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zapytania znajduje w specyfikacji przedmiotu zapytania (Brief) stanowiącej załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego
3. Kod zamówienia według Wspólnego Słownika Zamówień:  
92111210-7 Produkcja filmów reklamowych  
92111200-4 produkcja filmów reklamowych, propagandowych i informacyjnych i taśm wideo



79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych  
79342200-5 Usługi w zakresie promocji

#### IV. Termin realizacji kampanii promocyjnej:

10.09.2015 r. – 30.12.2015 r.

#### V. Opis sposobu przygotowania oferty

1. Oferta powinna zostać przygotowana w formie papierowej i zawierać:
  - a. **formularz oferty cenowej** - załącznik 4 do niniejszego zapytania ofertowego zawierający:
    - nazwę, dane adresowe, NIP Wykonawcy, cenę brutto Wykonawcy oraz podpis osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy.
  - b. **oświadczenie o spełnianiu kryteriów udziału w postępowaniu** - załącznik nr 3 do niniejszego zapytania ofertowego wraz z dokumentem potwierdzającym posiadanie uprawnień (dokument poświadczający, że oferent prowadzi działalność zgodną z treścią zapytania: odpisu z KRS (kserokopia poświadczona przez oferenta za zgodność z oryginałem) lub wpisu do CEIDG (wydruk nie starszy niż 3 miesiące od momentu złożenia oferty).
  - c. **zestawienie filmów reklamowych zrealizowanych przez Wykonawcę** w ciągu ostatnich trzech lat (zgodnie z formularzem znajdującym się w załączniku nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego).
  - d. Opis stanowiący odpowiedź na oczekiwania sformułowane wobec Wykonawcy zawarte w załączniku nr 1 (brief).

#### VI. Miejsce oraz termin dostarczania ofert

1. Ofertę należy dostarczyć w zamkniętej kopercie w formie papierowej do biura projektu w **Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu w Szczecinie**, ul. Żołnierska 53, 71-210 Szczecin, pokój 305 z dopiskiem „Filmy promocyjne – Projekt MATRIX – oferta” do dnia 07.09.2015 do godziny 14:00.
2. Wykonawca może, przed upływem terminu przesyłania ofert, zmienić lub wycofać ofertę.
3. W toku badania i oceny ofert Zamawiający zastrzega sobie prawo do uzyskania od Wykonawców dodatkowych wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

#### VII. Warunki udziału w postępowaniu

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają powyższe warunki:

1. Akceptują treść oferty bez zastrzeżeń – złożenie oferty jest uważane za akceptację treści zapytania.
2. Wykonali co najmniej 3 filmy promocyjne w okresie ostatnich 3 lat, w tym co najmniej jeden film obejmujący tematyką współpracę nauki i biznesu/edukację/fundusze UE.
3. Posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień, w tym: prowadzą działalność gospodarczą w zakresie objętym zamówieniem
4. Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia.





5. Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
6. Nie zalegają w opłacaniu podatków oraz składek na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych.
7. Akceptują fakt, że wszystkie spotkania związane z przygotowaniem i realizacją kampanii pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym będą odbywały się w siedzibie Zamawiającego (Szczecin, ul. Żołnierska 53).

### VIII. Ocena ofert

1. Ocena ofert jest dwuetapowa i składa się z oceny wstępnej (formalnej) i oceny finalnej (merytorycznej).
2. Ocena formalna spełnienia przez Wykonawcę warunków udziału w postępowaniu dokonywana jest na podstawie oświadczenia Wykonawcy stanowiącego załącznik 3 do niniejszego zapytania, zgodnie z formułą „spełnia-nie/spełnia” i dostarczonych dokumentów. Oferty nie spełniające kryterium dostępu zostaną odrzucone.
3. Zamawiający dokonuje oceny finalnej ważnych ofert na podstawie poniższych kryteriów oceny.

Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania przez oferenta – 100, w tym:

- **Kryterium 1: Doświadczenie – 20 pkt**
- **Kryterium 2: Cena ofertowa – 30 pkt**
- **Kryterium 3: Koncepcja kreatywna filmów reklamowych – 50 pkt**

Finalna ocena ofert dokonywana jest na podstawie całkowitej osiągniętej liczby punktów.

4. Punktacja zostanie wyliczona w następujący sposób:

***Kryterium 1: Doświadczenie - 20 pkt***

Maksymalna liczba punktów – największe doświadczenie.

**liczba wyprodukowanych filmów reklamowych w ciągu ostatnich 3 lat – maksymalnie do 20 pkt**

Zamawiający przyzna punkty w kryterium w następujący sposób:

1/ Wykonawca zrealizował 3-4 filmy promocyjne– 10 pkt

2/ Wykonawca zrealizował 5 i więcej filmów promocyjnych – 20 pkt..

***Kryterium 2: Cena ofertowa – 30 pkt***

Maksymalna liczba punktów – najniższa cena

Pozostali oferenci będą mieli przyznawane punkty według poniższego wzoru

$$\text{Cena brutto oferty najtańszej} \times 30 \text{ pkt}$$

$$\text{Ilość punktów} = \frac{\text{Cena brutto oferty badanej}}{\text{Cena brutto oferty najtańszej}} \times 30 \text{ pkt}$$

Cena brutto oferty badanej

Końcowy wynik powyższego działania zostanie zaokrąglony do 1 miejsca po przecinku.

***Kryterium 3: Koncepcja kreatywna filmów i działań promocyjnych – 50 pkt***

Punkty za powyższe kryterium zostaną przyznane przez każdego członka komisji oceniającej dokonującego oceny, w skali punktowej od 0 do 50. Łączna liczba punktów zostanie zsumowana i podzielona przez liczbę oceniających członków komisji.

W ocenie pod uwagę będą brane takie elementy jak:

- a) koncepcja kreatywna filmów reklamowych - oryginalność pomysłu przedstawienia wyróżników projektu — do 20 pkt,





- b) stopień dopasowania przyjętej koncepcji do grup odbiorców filmów promocyjnych – do 10 pkt,
  - c) strategia kampanii w mediach elektronicznych - spójność koncepcji z dotychczasowo prowadzonymi działaniami promocyjnymi oraz wzajemne, powiązanie i dopasowanie między kanałami uruchomionymi i nadal prowadzonymi podczas upowszechniania projektu – do 20 pkt
5. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, który uzyskał najwyższą ogólną liczbę punktów w Etapie oceny finalnej.
  6. W przypadku niewybrania Wykonawcy, wynikającego np. z braku ofert lub odrzucenia ofert, Zamawiający dopuszcza możliwość ponownego rozpoczęcia procedury zapytania ofertowego.
  7. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzenia zmian w niniejszym zapytaniu ofertowym, o czym poinformuje Oferentów najpóźniej do 28.08.2015 r. oraz zawiadomi na stronie internetowej <http://www.zpsb.pl>.
  8. W ramach procedury oceny Zamawiający zastrzega sobie prawo do zwrócenia się do podmiotów biorących udział w postępowaniu z prośbą o dokonanie prezentacji koncepcji przedmiotu zapytania ofertowego w siedzibie Zamawiającego lub za pomocą komunikacji Skype.

#### **IX. Informacje dotyczące wyboru oferty**

1. O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający powiadomi wszystkie podmioty biorące udział w postępowaniu.
2. Zamawiającemu przysługuje prawo zamknięcia trybu niniejszego zapytania bez wybrania którejkolwiek z ofert.

#### **X. Przesłanki odrzucenia oferty**

Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli:

1. jej treść nie będzie odpowiadać treści zapytania ofertowego,
2. zostanie złożona po terminie składania ofert,
3. będzie nieważna na podstawie odrębnych przepisów.

#### **XII. Unieważnienie postępowania**

Zamawiający unieważni postępowanie, gdy: cena najkorzystniejszej oferty przewyższy kwotę, którą zamawiający może przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia lub postępowanie obarczone jest wadą uniemożliwiającą zawarcie umowy.

**XIII. Termin związania ofertą:** 90 dni od dnia złożenia oferty.

#### **XIV. Osoba do kontaktu po stronie Zamawiającego**

Marta Krawczyk  
[matrix@zpsb.pl](mailto:matrix@zpsb.pl)

#### **XV. Załączniki**

- Załącznik 1: Specyfikacja przedmiotu zamówienia – brief.
- Załącznik 2: Zestawienie zrealizowanych kampanii promocyjnych.
- Załącznik 3: Oświadczenie o spełnianiu kryteriów udziału w postępowaniu.
- Załącznik 4: Formularz oferty cenowej.





Załącznik 1

## Specyfikacja przedmiotu zamówienia – brief

### Podstawowe założenia projektu

Platforma MATRIX to innowacyjny, nowoczesny, wirtualny model komunikacji ułatwiający tworzenie trwałych relacji między światem nauki i biznesu. Jest narzędziem internetowym sprzyjającym przełamywaniu wzajemnych barier i motywującym do zmian, w obszarze współpracy między sektorami.

Platforma MATRIX jest narzędziem powstałym w wyniku realizacji projektu innowacyjnego „Model Adaptacyjnego Transferu Rozwiązań Innowacyjnych i Eksperckich: MATRIX” w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Celem Modelu MATRIX jest propagowanie i upowszechnianie idei współpracy międzysektorowej. Jest on narzędziem motywującym do wprowadzenia zmian i przełamywania dotychczasowych barier. Zmiana myślenia i postaw jest kluczową dla budowania trwałych podstaw współdziałania nauki z biznesem.

Model MATRIX wychodzi naprzeciw potrzebom świata biznesu i nauki, dążąc do ich trwałego zbliżenia. Stworzy możliwości zwiększenia zasięgu oddziaływania efektów współpracy na inne podmioty i grupy interesu.

Uzyskany zostanie w ten sposób efekt synergii, który przyczyni się do zintensyfikowania oraz ułatwienia współpracy między sektorem nauki i biznesu.

Model MATRIX opiera się na trzech podstawowych filarach:

- platformie IT,
- zestawie procedur użytkowych, technologicznych adaptacyjnego transferu innowacji i ekspertów,
- produktach wzmacniających proces testowania, ale przede wszystkim upowszechniania i włączania do nurtu polityki.

Platforma MATRIX składa się z 4 komponentów:

- **Baza Wiedzy** – umożliwia pozyskanie potrzebnych informacji i zdobycie profesjonalnej wiedzy zarówno naukowej, jak i praktycznej. Przedstawiciele nauki i praktycy biznesu mogą podzielić się swoją wiedzą poprzez publikacje on-line. W bazie znajdują się również poradniki i wzory dokumentów oraz szkolenia i materiały e-learningowe.
- **Baza Ekspertów** – pozwala znaleźć eksperta gotowego wykonać potrzebną z perspektywy firmy lub uczelni ekspertyzę, jak i dać się znaleźć, jako ekspert. Pozwala pozyskać informacje o specjalistach ze świata nauki, jak i biznesu otwierając tym samym drogę do nowych kontaktów biznesowych.
- **Baza Praktyk i Staży** – jest dedykowana firmom poszukującym odpowiedniego studenta na praktykę/staż. Pozwala również zamieszczać ofertę studentom poszukującym praktyk lub staży, pozwalając im tym samym poszerzyć teoretyczną wiedzę o praktyczne umiejętności.



- **Panel Współpracy** – odpowiada potrzebom popytu i podaży. Pozwala znaleźć partnera do realizowanych, czy planowanych projektów. To miejsce, gdzie firmy mogą zaoferować swe usługi w zakresie prowadzonych ekspertyz, czy potrzeb badawczych uczelnie zaś mogą przedstawić swoje zespoły badawcze, zaoferować potencjał ludzki, czy też infrastrukturalny.

## **Cel główny projektu**

Zintensyfikowanie współpracy między sektorem nauki i biznesu poprzez opracowanie i wdrożenie do końca 2015 r. na terenie województwa zachodniopomorskiego Modelu Adaptacyjnego Transferu Rozwiązań Innowacyjnych i Eksperymentalnych (MATRIX).

## **Cele szczegółowe projektu**

- Pogłębienie wiedzy nt. barier i potrzeb sektora nauki i biznesu w zakresie ich wzajemnych powiązań i współpracy na terenie województwa zachodniopomorskiego.
- Usprawnienie współpracy i transfer wiedzy poprzez upowszechnienie i włączenie do polityki przygotowanego modelu MATRIX na terenie woj. zachodniopomorskiego

## **Główne grupy docelowe w projekcie**

Grupy docelowe (z obszaru województwa zachodniopomorskiego):

- studenci,
- pracownicy naukowo-dydaktyczni,
- firmy,
- Uczelnie,
- organizacje przedsiębiorców.

## **Główne problemy w obszarze współpracy przedsiębiorców z sektorem nauki w woj. zachodniopomorskim – perspektywa akademicka (Wyciąg ze strategii, badania własne):**

- ponad 60% pracowników szkół wyższych województwa nie posiada doświadczenia we współpracy z biznesem
- najmniej popularną formę współpracy stanowi udostępnianie przedsiębiorcom wyników swojej pracy (9,66%) przy znaczącej ilości publikacji wyników pracy naukowej
- niewystarczający poziom i formy wsparcia studentów przez uczelnie w zakresie nawiązywania współpracy z biznesem
- brak wypracowanych modeli i zakresu współpracy uczelni z biznesem
- brak sformalizowanego sposobu upowszechniania prac studentów

## **Główne problemy w obszarze współpracy przedsiębiorców z sektorem nauki w woj. zachodniopomorskim – perspektywa biznesu:**

- 77% respondowanych firm nie posiada doświadczeń we współpracy z uczelniami
- w przypadku współpracy z uczelniami dominują formy o niskim stopniu innowacyjności (usługi: doradczo- szkoleniowe i specjalistycznych ekspertyzy – 48%)



- 35,9% ankietowanych firm nie postrzega przyjęcia studenta do odbycia praktyki zawodowej przez pryzmat ewentualnych korzyści dla firmy

## Oczekiwania wobec Wykonawcy:

### A. Zakres prac

- Produkcja dwóch filmów reklamowych Platformy Matrix o długości 20 lub 30 sekund.
  - Produkcja dwóch filmów reklamowych Platformy Matrix o długości 8 sekund.
- oraz
- Opracowanie i przeprowadzenie kampanii promocji filmów video na platformie Facebook oraz YouTube (dotyczy tylko 8-sekundowych filmów viralowych).
  - Kampania promocyjna za pomocą narzędzi Facebook Ads ma obejmować promocję materiału video w głównym strumieniu Facebook oraz przygotowanie i promocję postów z materiałem video tak aby minimalna liczba wyświetleń spotów była równa 700 000 wyświetleniom (dotyczy tylko 8-sekundowych filmów viralowych).
  - Promocja na serwisie YouTube ma obejmować promocję materiału video oraz stworzenie nakładki nawołującej do działania, minimalna ilość uzyskanych wyświetleń wynosi 150 000 (dotyczy tylko 8-sekundowych filmów viralowych).

*Zasięg projektu – województwo zachodniopomorskie.*

Uwaga! Wykonawca przeniesie na Zamawiającego przysługujące mu majątkowe prawa autorskie oraz zależne autorskie prawa majątkowe oraz przekaze cały materiał filmowy powstały przy produkcji filmów reklamowych.

### B. Co powinno się znaleźć w ofercie

1. Opis koncepcji kreatywnej filmów promocyjnych, w tym scenariusz co najmniej jednego filmu.
2. Harmonogram realizacji zamówienia, zgodny z zakresem prac przedstawionym w niniejszym briefie.
3. Opis koncepcji promocji filmów reklamowych w mediach elektronicznych zgodny z zakresem prac przedstawionym w niniejszym briefie.

## Dodatkowe informacje o projekcie

Dodatkowe informacje o projekcie można znaleźć na stronie projektu :  
<http://platformamatrix.pl/>



Załącznik 2

**Zestawienie zrealizowanych filmów promocyjnych**

<b>Lp.</b>	<b>Nazwa/opis filmu</b>	<b>Zleceniodawca</b>	<b>Wartość filmu (cena netto + VAT)</b>	<b>Czas realizacji (od-do)</b>	<b>Film dot. tematyki współpraca nauka- biznes (TAK/NIE)</b>
1					
2					
3					
4					
5					

\*przy większej ilości filmów proszę dodać kolejne wiersze



Załącznik 3

## Oświadczenie o spełnianiu kryteriów udziału w postępowaniu

### Oświadczenie

Oświadczam, że..... spełnia wymienione poniżej

(nazwa Wykonawcy)

warunki udziału w postępowaniu:

1. Posiadam uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień, co potwierdzam dokumentem.....
2. Posiadam niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponuję odpowiednim potencjałem rzeczowym i osobowym zapewniającym należyte wykonanie zamówienia.
3. Znajduję się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
4. Nie zalegam z płatnościami do Urzędu Skarbowego i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z tytułu prowadzonej przeze mnie działalności gospodarczej.
5. Nie jestem powiązany z Zamawiającym kapitałowo lub osobowo.

.....  
(podpis i pieczęć osoby uprawnionej  
do reprezentowania Wykonawcy)

Załącznik 4

### Oferta cenowa

Nazwa wykonawcy .....

Adres .....

Nr REGON ..... NIP.....

nr telefonu .....

e-mail .....

w odpowiedzi na Zapytanie ofertowe na produkcję 4 filmów reklamowych oraz opracowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej tych filmów w ramach projektu innowacyjnego testującego „PI – Model Adaptacyjnego Transferu Rozwiązań Innowacyjnych i Eksperymentalnych: MATRIX” realizowanego przez Zachodniopomorską Szkołę Biznesu w Szczecinie Oferuję wykonanie zamówienia zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia i na warunkach określonych w zapytaniu cenowym:

	Kwota [pln]	Słownie [pln]
Proponowana cena netto	.....	..... .....
VAT	.....	.....
Cena brutto	.....	.....

Oświadczam, że:

- Zapoznałem/-am się z *Zapytaniem Ofertowym (ZO)*,
- Uzyskałem/-am wszystkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i realizacji przedmiotu zamówienia,
- akceptuję wskazany w ZO czas związania ofertą,
- akceptuję postanowienia ZO i w przypadku wyboru mojej oferty zobowiązuję się do podpisania umowy na warunkach określonych w Zapytaniu, w miejscu i czasie zaznaczonym przez Zamawiającego.

Pod groźbą odpowiedzialności karnej oświadczam, że załączone do oferty dokumenty opisują stan prawny i faktyczny, aktualny na dzień otwarcia ofert.

.....  
Podpis wykonawcy