Szczecin, 12.02.2020 r.

**ZAPYTANIE OFERTOWE**

**dotyczące usługi opracowania i realizacji kampanii rekrutacyjnej online**

**do programów szkoleniowych AL 2.0  
w oparciu o zasadę konkurencyjności**

**Zamawiający:**

**Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie**

**ul. Żołnierska 53**

**71-210 Szczecin**

**NIP: 8520019079**

**Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie** zaprasza do złożenia oferty na opracowanie koncepcji, kreacji i realizację kampanii rekrutacyjnej online dla szkoleń programu Akademia Lidera 2.0, organizowanych w ramach **Projektu** **"Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu"** (dalej: Projekt), współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, na podstawie umowy nr POWR.03.01.00-00-T236/18.

# I Postanowienia ogólne

1. Przedmiot zapytania jest współfinansowany ze środków UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
4. Zamawiający nie dopuszcza możliwości powierzenia przez wybranego Wykonawcę zamówienia podwykonawcom bez zgody Zamawiającego.
5. Zamawiający przewiduje możliwość wprowadzenia istotnych zmian postanowień zawartej umowy z wybranym Wykonawcą w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy. Dopuszczalne będą zmiany, dotyczące w szczególności:
   1. zmiany jakichkolwiek rozporządzeń i przepisów i innych dokumentów, w tym dokumentów programowych Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, mających wpływ na realizację umowy;
   2. zmiany terminów/okresu rozpoczęcia i zakończenia kursów z przyczyn niezależnych od Wykonawcy;
   3. ostatecznej ilości kursów do zrealizowania, także w poszczególnych Wydziałach;
   4. zmiany terminu płatności;
   5. zmiany organizacyjnej polegającej na zmianie osób, wykonawców i innych podmiotów współpracujących przy realizacji zamówienia pod warunkiem, że ich uprawnienia i doświadczenie nie są gorsze od tych, jakie posiadają podmioty zamieniane. Zmiany te mogą nastąpić z przyczyn organizacyjnych pod warunkiem, że ww. osoby spełniają wszystkie wymogi wynikające z zapytania ofertowego i złożonej oferty.
6. Wszelkie zmiany i uzupełnienia do umowy zawartej z wybranym Wykonawcą muszą być dokonywane w formie pisemnych aneksów do umowy podpisanych przez obie strony, pod rygorem nieważności, z wyłączeniem zmian określonych w punkcie 5 b), 5 c) i 5 e), które mogą zostać uzgodnione między stronami w trybie roboczym, bez wymagania formy aneksu.
7. Po wyborze wykonawcy Zamawiający podejmie uzgodnienia w celu odpowiedniego uszczegółowienia sposobu wykonania zamówienia.

# II Przedmiot zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest: opracowanie i realizacja kampanii rekrutacyjnej online dla kursów szkoleniowych programu „Akademia Lidera 2.0”, w wyniku których ma podjąć szkolenia łącznie 600 osób (liczonych, jako unikalne numery Pesel). Wykonawca, realizując kampanię, zobowiązany jest do realizacji wskaźnika skuteczności w postaci zrekrutowania do projektu (podpisania umowy szkoleniowej) łącznie 600 osób (numerów Pesel).
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 CPV: 79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe.

# III Termin realizacji kampanii rekrutacyjnej

Realizacja kampanii rekrutacyjnej planowana jest w okresie od stycznia 2020 roku do lipca 2021 roku, w zależności od terminów realizacji poszczególnych szkoleń, które będą ustalane przez Zamawiającego na bieżąco, minimalnie z miesięcznym wyprzedzeniem. Z założenia kampania powinna być przygotowana i możliwa do realizacji dla każdego szkolenia i każdej edycji tego szkolenia, w każdym z Wydziałów realizujących szkolenia w Projekcie (patrz zał. nr 1).

# IV Warunki udziału w postępowaniu – wymagania wobec Oferentów

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy: osoby fizyczne, osoby prawne albo jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, spełniający warunki opisane w przedmiotowym zapytaniu ofertowym, tj.:

1. Akceptują treść oferty bez zastrzeżeń – opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: złożenie oferty jest uważane za akceptację treści zapytania.
2. Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia – opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: na podstawie wykazu i opisu w treści formularza oferty, stanowiącego zał. nr 2.
3. Wykonali co najmniej 1 kampanię rekrutacyjną dla celów edukacyjnych, o wartości nie niższej niż 50 000 zł, w okresie ostatnich 3 lat – opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: na podstawie wykazu w załączniku nr 3.
4. Posiadają uprawnienia do wykonywania działalności i czynności objętych przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień – opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: na podstawie opisu w treści formularza oferty, stanowiącego zał. nr 2.
5. Znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej prawidłowe wykonanie zamówienia – opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: na podstawie oświadczenia w treści formularza ofertowego.
6. Nie zalegają w opłacaniu podatków oraz składek na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych – opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: na podstawie oświadczenia w treści formularza ofertowego.
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),
8. Akceptują fakt, że płatność za realizację kampanii zostanie dokonana w dwóch proporcjonalnych ratach:
   * pierwsza rata po 1 listopada 2020 r., po osiągnięciu ustalonej części zakładanych wskaźników, na podstawie podpisanego przez Strony protokołu odbioru;
   * druga rata po zrealizowaniu całości zamówienia, po osiągnięciu zakładanych wskaźników, na podstawie podpisanego przez Strony protokołu końcowego realizacji usługi.

# V Opis sposobu przygotowania oferty

Oferta powinna zostać przygotowana w formie papierowej (plus ew. elektronicznej) i zawierać:

1. Formularz ofertowy, zgodnie z załącznikiem nr 2, zawierający:

* nazwę, dane adresowe, NIP Oferenta, cenę brutto Wykonawcy
* opis stanowiący odpowiedź na oczekiwania sformułowane wobec Wykonawcy zawarte w załączniku nr1 (brief), przygotowany w formie papierowej (prezentacja przedstawiająca założenia i kreacje do kampanii rekrutacyjnej może dodatkowo zostać nagrana na nośniku elektronicznym).
* oświadczenie o przyjęciu zobowiązania do realizacji wskaźników skuteczności kampanii w postaci rekrutacji do projektu (podpisania umowy szkoleniowej) łącznie 600 osób.

1. Oświadczenie o spełnianiu kryteriów udziału w postępowaniu wraz z dokumentem potwierdzającym posiadanie uprawnień (odpis z odpowiedniego rejestru obowiązuje w przypadku, gdy informacje wynikające z dokumentów rejestrowych nie są ogólnie dostępne w zasobach CEIDG lub KRS).
2. Listę kampanii rekrutacyjnych dla celów edukacyjnych zrealizowanych przez Wykonawcę w ciągu ostatnich trzech lat (zgodnie z formularzem znajdującym się w załączniku nr 3 do niniejszego zapytania ofertowego) wraz z opisem jednej, wybranej przez Wykonawcę, kampanii wymienionej w załączniku nr 3. Opis powinien zawierać następujące elementy: cele kampanii, grupa docelowa, narzędzia i kanały komunikacji, projekt serwisu www i/lub przykłady aktywności w portalach społecznościowych (zrzut ekranu), zasięg czasowy i terytorialny kampanii, zrealizowane efekty w postaci ilości zrekrutowanych uczestników. Opis nie powinien przekroczyć 3 stron A4.
3. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym (zał. nr 4)
4. Oświadczenie wykonawcy w zakresie wypełnienia obowiązków informacyjnych przewidzianych w art. 13 lub art. 14 RODO. (zał. nr 5)

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyć za zgodność z oryginałem, obić pieczęcią firmową (jeśli dotyczy), pieczęcią imienną (jeśli dotyczy) wraz z czytelnym podpisem oraz opatrzyć aktualną datą. Powyższy sposób poświadczenia zgodności dotyczy każdej strony dokumentu osobno, przedstawionego jako kserokopia. Potwierdzenia za zgodność dokonuje osoba do tego upoważniona, która podpisuje ofertę.

W przypadku przedstawienia kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem wybrany Oferent będzie zobowiązany przed podpisaniem umowy do przedstawienia oryginałów tych dokumentów.

# VI Miejsce oraz termin dostarczania ofert

1. Ofer Ofertę należy dostarczyć w formie papierowej (plus ew. nośnik elektroniczny dla prezentacji), w zamkniętej kopercie, opatrzonej nazwą Wykonawcy, nazwą i adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz z dopiskiem „Pigułki Kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu – oferta Rekrutacji AL 2.0”.
2. Oferta musi być złożona w nieprzekraczalnym terminie **do dnia 21 lutego 2020 r.** do godziny 12:00 - do biura projektu w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu w Szczecinie, ul. Żołnierska 53, 71-210 Szczecin, pokój 210.
3. Wykonawca może, przed upływem terminu przesyłania ofert, zmienić lub wycofać ofertę.
4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający zastrzega sobie prawo do uzyskania od Wykonawców dodatkowych wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

# VII Ocena ofert

1. Ocena ofert jest dwuetapowa i składa się z oceny wstępnej (formalnej) i oceny finalnej (merytorycznej)
2. Ocena wstępna ofert polega na sprawdzeniu spełnienia przez Oferenta kryteriów udziału w postępowaniu, zgodnie z formułą „spełnia – nie spełnia” na podstawie wymaganych dokumentów. Oferty niespełniające 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: Cena ofertowa – 50 pkt
  + Kryterium 2: Koncepcja kreatywna – 35 pkt
  + Kryterium 3: Doświadczenie – 15 pkt

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

1. Punktacja zostanie wyliczona w następujący sposób:

**Kryterium 1: Cena ofertowa – 50 pkt**

Maksymalna liczba punktów – najniższa cena.

Pozostali oferenci będą mieli przyznawane punkty według poniższego wzoru

Cena brutto oferty najtańszej x 50 pkt

Ilość punktów = ------------------------------------------------------

Cena brutto oferty badanej

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

**Kryterium 2: Koncepcja kreatywna – 35 pkt**

Punkty za powyższe kryterium zostaną przyznane przez każdego członka komisji oceniającej dokonującego oceny, w skali punktowej od 0 do 35. Łączna liczba punktów zostanie zsumowana i podzielona przez liczbę oceniających członków komisji.

W ocenie pod uwagę będą brane następujące elementy:

* 1. koncepcja kampanii rekrutacyjnej – jej stopień zgodności i spójności z celami określonymi w briefie – do 5 pkt,
  2. stopień dopasowania przyjętej koncepcji do grup odbiorców kampanii – do 10 pkt,
  3. oryginalność i kreatywność – do 10 pkt (w tym ocena linii wizualnej – do 5 pkt),
  4. plan realizacji kampanii – strategia kampanii w mediach elektronicznych, tj. pozycjonowanie landing page za pomocą mechanizmów wyszukiwawczych w sieci, e-mailing, linki sponsorowane, AdWords, posty sponsorowane na FB, buzz marketing (wykorzystanie portali społecznościowych), itp. – do 10 pkt,

**Kryterium 3: Doświadczenie - 15 pkt**

Maksymalna liczba punktów – największe doświadczenie.

1. liczba zrealizowanych kampanii rekrutacyjnych dla celów edukacyjnych, w ciągu ostatnich 3 lat – do 10 pkt

Zamawiający przyzna punkty w kryterium w następujący sposób:

* Wykonawca zrealizował od 1 do 5 kampanii – do 5 pkt,
* Wykonawca zrealizował od 6 i więcej kampanii – do 10 pkt.

1. ocena jednej zrealizowanej kampanii (oryginalność, koncepcja kreacyjna, wykorzystanie kanałów promocji, skuteczność) - do 5 pkt.

Punkty za powyższe kryterium b) zostaną przyznane przez każdego członka komisji oceniającej dokonującego oceny. Łączna liczba punktów zostanie zsumowana i podzielona przez liczbę oceniających członków komisji.

Postanowienia dodatkowe:

1. Wskazane przez wybranego Wykonawcę ilości nośników/kanałów/reklam i ilości ich wykorzystania w ramach kampanii są planem Wykonawcy. Faktyczna liczba zleceń może nie pokrywać się z przedstawionym planem. Liczba realizacji będzie zależeć od bieżących potrzeb Zamawiającego. Oznacza to, że w okresie realizacji umowy może być wykorzystany cały budżet przeznaczony na realizację zadania, ale Zamawiający nie gwarantuje pełnego wykorzystania kwoty przeznaczonej na realizację zamówienia. Wykonawcy nie przysługuje prawo roszczeń z tytułu niewykorzystania całej kwoty przeznaczonej na realizację zamówienia.
2. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, który uzyskał najwyższa ogólną liczbę punktów w Etapie oceny finalnej.
3. W przypadku niewybrania Wykonawcy, wynikającego np. z braku ofert lub odrzucenia ofert, Zamawiający dopuszcza możliwość ponownego rozpoczęcia procedury zapytania ofertowego.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzenia zmian w niniejszym zapytaniu ofertowym, o czym poinformuje Oferentów najpóźniej do **14.02.2020 r**. oraz zawiadomi na stronie internetowej http://www.zpsb.pl.
5. 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.

# VIII Informacje dotyczące wyboru oferty

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

# IX 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.

# X 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.

# XI Termin związania ofertą:

Termin związania z ofertą wynosi: 90 dni od dnia złożenia oferty.

# XII Osoba do kontaktu po stronie Zamawiającego

Agata Mikołajczak – Menadżer projektu

Tel. 91 814 94 16, pigulkikompetencji@zpsb.pl

# XIII Załączniki

Załącznik nr 1: Specyfikacja przedmiotu zamówienia – brief.

Załącznik nr 2: Formularz oferty.

Załącznik nr 3: Zestawienie zrealizowanych kampanii promocyjnych.

Załącznik nr 4: Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem   
a Zamawiającym

Załącznik nr 5: Oświadczenie wykonawcy w zakresie wypełnienia obowiązków informacyjnych   
przewidzianych w art. 13 lub art. 14 RODO.

**Załącznik nr 1**

Specyfikacja przedmiotu zamówienia – brief

# Podstawowe założenia projektu

Projekt „Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu”, realizowany w partnerstwie Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu oraz Fundacji Edukacyjnej Równe Szanse, jest dofinansowany w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego (nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18). Celem głównym projektu jest rozwój oferty uczelni w zakresie trzeciej misji skierowanej do młodych osób (w wieku ok. 14-18 lat) oraz do osób dorosłych (aktywnych zawodowo w wieku 30+), poprzez opracowanie programu kształcenia i jego realizację, służącego rozwijaniu kompetencji.

Proponowane działania będą generować efekty związane z rozwojem kompetencji kluczowych pozwalających na:

* Rozwój zainteresowań – działania skierowane do uczniów.
* Poszerzenie wiedzy ogólnej i specjalistycznej – działania skierowane do osób dorosłych.
* Pobudzenie aktywności edukacyjnej i kulturalnej – działania skierowane do uczniów i osób dorosłych.

## Grupa docelowa Programu AL 2.0

Akademia Lidera 2.0 (AL2.0)- osoby dorosłe w wieku 30+, chcące samodzielnie rozwijać kompetencje kluczowe aby przeciwdziałać stagnacji edukacyjnej i społecznemu wykluczeniu, z terenu Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego – SOM (M. Szczecin, M. Stargard, M. Świnoujście, powiat stargardzki, goleniowski, policki) oraz z terenu powiatu gryfickiego. Szczególnym wsparciem zostaną objęte osoby w wieku 45+ jako te, które w największym stopniu podatne są na marginalizację zawodową.

## Program dydaktyczny

Akademia Lidera 2.0 (dla osób dorosłych 30+) – program składający się z 4 niezależnych szkoleń:

* 1. „Marketing i nowe media” – 30 godzin szkol.
  2. „Design Thinking” – 30 godzin szkol.
  3. „Szczupłe i zwinne zarządzanie” – 30 godzin szkol.
  4. „Przywództwo” – 30 godz. szkol.

## Realizacja Programu

Program Akademia Lidera 2.0 to oferta 4 niezależnych, bezpłatnych szkoleń w formie warsztatów, dla osób powyżej 30. roku życia, z terenu Szczecińskiego Obszaru Metropolitarnego oraz powiatu gryfickiego. Program ten ma służyć rozwojowi kompetencji, aby przeciwdziałać stagnacji edukacyjnej i społecznemu wykluczeniu. Opracowane specjalnie dla projektu, tematyczne szkolenia będą realizowane w siedzibie wydziałów Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu – w Szczecinie, Gryficach, Stargardzie i Świnoujściu.  
Planowana jest realizacja następującej liczby edycji każdego szkolenia:

* 1. Szkolenie „Marketing i nowe media” - Ilość edycji/grup: 15 edycji (po 5 edycji w Szczecinie, Gryficach, Stargardzie)
  2. Szkolenie „Design Thinking”- Ilość edycji/grup: 5 edycji w Szczecinie
  3. Szkolenie „Szczupłe i zwinne zarządzanie” - Ilość edycji/grup: 10 edycji (4 - w Szczecinie, po 2 – w Gryfice, Stargard, Świnoujście)
  4. Szkolenie „Przywództwo” - Ilość edycji/grup: 10 edycji (4 - w Szczecinie, po 2 – w Gryfice, Stargard, Świnoujście)

## Cel główny projektu

W wyniku realizacji szkoleń planowane jest podniesienie kompetencji i udział w kursach następującej ilości osób w grupie docelowej:

* AL2.0 – łącznie 600 osób dorosłych, w wieku powyżej 30 lat

## Zasięg projektu

Teren Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego – SOM (M. Szczecin, M. Stargard, M. Świnoujście, powiat stargardzki, goleniowski, policki) oraz z teren powiatu gryfickiego.

# Oczekiwania wobec Wykonawcy (obowiązki Wykonawcy)

1. Opracowanie koncepcji kreatywnej wraz z propozycją linii wizualnej, jej założeń, zdefiniowanie głównych przekazów kampanii wraz z uzasadnieniem (powinny one realizować cele kampanii wskazane w niniejszej specyfikacji i być dopasowane do specyfiki grupy docelowej oraz różnorodności szkoleń), obejmujące kampanię rekrutacyjną programu dydaktycznego Projektu Pigułki Kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu.
2. Opracowanie linii wizualnej oraz kreacji graficznych, z uwzględnieniem różnorodności tematyki szkoleń, a także różnych miast realizacji szkoleń.
3. Plan realizacji kampanii – strategia kampanii w mediach elektronicznych, tj. pozycjonowanie landing page za pomocą mechanizmów wyszukiwawczych w sieci, e-mailing, linki sponsorowane, AdWords, posty sponsorowane na FB, buzz marketing (wykorzystanie portali społecznościowych), itp., z uzasadnieniem skuteczności doboru dla dwóch różnych grup docelowych.
4. Przygotowanie harmonogramu realizacji poszczególnych działań online przewidzianych w kampanii.
5. Opracowanie media planu kampanii i spotów rekrutacyjnych emitowanych online w wybranych mediach/nośnikach (w tym w mediach społecznościowych)
6. Przedstawienie kosztorysu realizacji całej kampanii z uwzględnieniem szczegółowych kosztów dotyczących poszczególnych narzędzi i kanałów wykorzystywanych w trakcie kampanii.
7. Przeprowadzenie kampanii rekrutacyjnej.
8. Zrealizowanie wskaźników skuteczności kampanii, w postaci zrekrutowania wskazanej liczby osób – 600 unikalnych numerów Pesel (rekrutacja = podpisanie umowy szkoleniowej).
9. Przeniesienie autorskich praw majątkowych do opracowanych kreacji.

# Dodatkowe informacje o projekcie

Dodatkowe informacje o projekcie można znaleźć na stronie www.zpsb.pl oraz na stronie programu AL 2.0: www.al20.zpsb.pl.

**Załącznik nr 2 -** Formularz oferty

Oferta

na opracowanie koncepcji, kreacji i realizację kampanii rekrutacyjnej online dla szkoleń programu „Akademi Lidera 2.0” organizowanych w ramach **Projektu** **"Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu"** (dalej: Projekt), współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, na podstawie umowy nr POWR.03.01.00-00-T236/18

Nazwa Zamawiającego: **Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie, ul. Żołnierska 54, 71-210 Szczecin**

Pieczęć Wykonawcy:

Nazwa Wykonawcy:

Adres Wykonawcy:

NIP Wykonawcy:

Osoba do kontaktu:

Telefon: | E-mail:

**Cena ofertowa: ............................................. zł za wykonanie całości zamówienia**

w tym cena netto: ......................................... zł + podatek VAT: ......................................... zł

.............................................................................................................  
Data i podpis osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy

# Koncepcja kreatywna:

[*miejsce na treść oferty, w której należy przekonująco przedstawić założenia i oryginalną koncepcję kampanii, zgodną i spójną z celami określonymi w ofercie, dopasowaną do grup odbiorców, zarysować plan realizacji, media plan i harmonogram, które pozwolą zrealizować założone wskaźniki rekrutacji*]

Do realizacji niniejszej usługi dedykuję następującą kadrę:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Stanowisko / Funkcja / Zadanie | Okres pracy u Wykonawcy | Doświadczenie w realiz. kampanii rekrut. w obszarze edukacji (w latach) | Przykłady zrealizowanych projektów (związanych tematycznie z ofertą) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

* + - 1. Deklaruję wykonanie przedmiotu zamówienia w terminie wskazanym w Zapytaniu ofertowym.
      2. Oświadczam, że posiadam niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponuje odpowiednim potencjałem rzeczowym i osobowym zapewniającym należyte wykonanie zamówienia.
      3. Oświadczam, że znajduję się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
      4. Oświadczam, że nie zalegam z płatnościami do Urzędu Skarbowego i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z tytułu prowadzonej przeze mnie działalności gospodarczej
      5. Oświadczam, że zapoznałem/am się z treścią Zapytania ofertowego oraz uzyskałem/am konieczne informacje niezbędne do przygotowania oferty. Składając ofertę akceptuję postanowienia i wymagania postawione Zapytaniem ofertowym.
      6. Oświadczam, że zapoznałem/am się z opisem przedmiotu zamówienia i nie wnoszę do niego zastrzeżeń.
      7. Oświadczam, że uważam się za związany niniejszą ofertą na czas wskazany w Zapytaniu ofertowym.
      8. Oświadczam, że jestem osobą upoważnioną do składania oferty w imieniu oferenta.
      9. Zobowiązuję się w przypadku wyboru mojej oferty za najkorzystniejszą w przedmiotowym postępowaniu do zawarcia umowy na warunkach określonych Zapytaniem ofertowym, w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego.
      10. Oświadczam, iż wszystkie informacje zamieszczone w ofercie są aktualne i prawdziwe.
      11. Oświadczam, iż w cenie oferty uwzględniono wszystkie wymagania niniejszego Zapytania ofertowego oraz wszelkie koszty związane z realizacją zamówienia.
      12. Oświadczam, iż posiadam uprawnienia do wykonywania działalności i czynności objętych przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
      13. Oświadczam, że w ramach wykonania niniejszej usługi przyjmuję zobowiązanie do realizacji wskaźników skuteczności kampanii w postaci rekrutacji do projektu (podpisania umowy szkoleniowej) łącznie 600 osób (liczonych jako unikalne numery Pesel).

...................................................................................................  
Podpis osoby upoważnionej do reprezentowania Wykonawcy

**Załącznik nr 3**

## Zestawienie zrealizowanych kampanii rekrutacyjnych dla celów edukacyjnych

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lp. | Kampania (nazwa, ew. www) | Zleceniodawca | Wartość kampanii (cena netto + VAT)\* | Termin realizacji | Liczba zrekrutowanych uczestników | Wykorzystane kanały/media |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

\*ew. potwierdzenie, czy powyżej 50 tys. zł netto

## Prezentacja 1 zrealizowanej przez Wykonawcę kampanii:

**Załącznik nr 4**

..................................................................................  
 Dane Wykonawcy

miejscowość…………..………………, dnia ………………

**OŚWIADCZENIE**

**o braku powiązań osobowych lub kapitałowych**

W odpowiedzi na zapytanie dotyczące złożenia oferty na opracowania koncepcji, kreacji i realizację kampanii rekrutacyjnej online dla szkoleń programu Akademia Lidera 2.0, organizowanych w ramach **Projektu** **"Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu"**, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, na podstawie umowy nr POWR.03.01.00-00-T236/180, działając w imieniu własnym oświadczam, że Wykonawca …………………………………. (wpisać nazwę wykonawcy), **nie jest powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym, tzn. nie występują żadne powiązania kapitałowe lub osobowe w rozumieniu wzajemnych powiązań między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy a Wykonawcą, polegające w szczególności na:**

* uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
* posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji, o ile niższy próg nie wynika z przepisów prawa lub nie został określony przez IZ PO;
* pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
* pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli

…………………………………………….

Data i podpis osoby uprawnionej

**Załącznik nr 5**

..................................................................................  
 Dane Wykonawcy

miejscowość…………..………………, dnia ………………

**OŚWIADCZENIE**

**wykonawcy w zakresie wypełnienia obowiązków informacyjnych**

**przewidzianych w art. 13 lub art. 14 RODO**

Oświadczam, działając w imieniu własnym, że Wykonawca …………………………………. (wpisać nazwę wykonawcy) wypełnił obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO[[1]](#footnote-1) wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskał w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.[[2]](#footnote-2)

…………………………………………….

Data i podpis osoby uprawnionej

1. rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. 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 119 z 04.05.2016, str. 1). [↑](#footnote-ref-1)
2. 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). [↑](#footnote-ref-2)