



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

ZAŁĄCZNIK NR 1 do SIWZ

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

INFORMACJE O PROJEKCIE, W RAMACH KTÓREGO REALIZOWANA BĘDZIE KAMPANIA PROMOCYJNO-INFORMACYJNA

Projekt „Naukowy biznes” realizowany jest w okresie od 01 listopada 2011r. do 31 października 2013r. w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Poddziałania 8.2.1 „Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw” przez MEGREZ Sp. zo.o.

Grupę docelową projektu stanowią: studenci, absolwenci, doktoranci oraz pracownicy naukowcy śląskich uczelni.

Celem głównym projektu jest zmiana nastawień społecznych i pogłębienie kultury przedsiębiorczości w środowisku akademickim i naukowym w woj. śląskim.

Cele szczegółowe:

1. Zbudowanie wizerunku przedsiębiorczości akademickiej jako efektywnego sposobu wykorzystania potencjału i wiedzy zdobytej na uczelni w rozwoju zawodowym wśród studentów, absolwentów, doktorantów, pracowników naukowych śląskich uczelni wyższych.
2. Przełamanie stereotypów i mitów dotyczących przedsiębiorczości wśród odbiorców kampanii informacyjno-promocyjnej.
3. Stymulowanie powstawania pomysłów (w tym innowacyjnych, niestandardowych) oraz inspirowanie do działania w zakresie prowadzenia własnej firmy.
4. Zachęcenie absolwentów, doktorantów, pracowników naukowych śląskich uczelni wyższych do zakładania własnej firmy poprzez ukazanie korzyści wynikających.
5. Z prowadzenia działalności gospodarczej oraz szans płynących z otoczenia, jak również dostarczenie niezbędnej wiedzy.
6. Stymulowanie studentów, absolwentów, doktorantów, pracowników naukowych (grupa docelowa) do wyboru tematów prac dyplomowych/naukowych będących odpowiedzią na potrzeby gospodarki.

1. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na organizacji kampanii promocyjno-informacyjnej poprzez emisję sponsorowanych artykułów prasowych:

- A: w prasie o charakterze regionalnym (płatnej i bezpłatnej),
- B: w prasie uczelnianej,
- C: na portalach internetowych



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

WYKONAWCA SKŁADA JEDNĄ OFERTĘ NA WSZYSTKIE LUB WYBRANE PRZEZ SIEBIE CZĘŚCI ZAMÓWIENIA.

Zakres prac oraz obowiązków przewidzianych do wykonania przez Wykonawcę:

Dotyczy części A:

MINIMALNY ZAKRES PRAC ORAZ OBOWIĄZKÓW PRZEWIDZIANYCH DO WYKONANIA PRZEZ WYKONAWCĘ

1. Przygotowanie wstępnego harmonogramu emisji artykułów prasowych w cyklu miesięcznym, począwszy od dnia podpisania umowy do dnia 31.10.2013r.
2. Ilość i miejsce emisji artykułów prasowych w prasie regionalnej - województwo śląskie („Dziennik Zachodni”, „Gazeta Wyborcza”, „NaszeMiasto”, „Metro”) – łącznie min. 8 emisji;
3. Zakup powierzchni reklamowej na emisję artykułu sponsorowanego o następujących parametrach tj.:
 - a) powierzchnia artykułu prasowego: cała kolumna, strony redakcyjne; do 10 000 znaków,
 - b) pełen kolor z min. 2 zdjęciami o tematyce zgodnej z danym artykułem.

Zamawiający dostarczy Wykonawcy treść artykułu prasowego. Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia Wydawcy Tytułu każdorazowo minimum 2 zdjęć o tematyce zgodnej z danym artykułem. Plan emisji artykułów prasowych w prasie regionalnej tj. ilość emisji w każdym tytule oraz dzień publikacji artykułu będzie uzgadniany każdorazowo w cyklu comiesięcznym z Zamawiającym. Projekty graficzne artykułów planowanych do emisji powinny zostać wcześniej uzgodnione i zaakceptowane przez Zamawiającego.

Oznakowanie ma zostać wykonane zgodnie wizualizacją projektu PO KL 8.2.1 „Naukowy biznes” oraz z *Wytycznymi oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki*.

Część B:

MINIMALNY ZAKRES PRAC ORAZ OBOWIĄZKÓW PRZEWIDZIANYCH DO WYKONANIA PRZEZ WYKONAWCĘ

1. Przygotowanie wstępnego harmonogramu emisji artykułów prasowych w prasie uczelnianej w cyklu miesięcznym, począwszy od dnia podpisania umowy do dnia 31.10.2013r.
2. Ilość i miejsce emisji artykułów prasowych w prasie uczelnianej – minimum 10 emisji (możliwość zamieszczenia m.in. w: „Manko” „Suplement”, „Semestr”, „Nowy Gwóźdź” lub innych tytułach dystrybuowanych na terenie śląskich uczelni uprzednio zaakceptowanych przez Zamawiającego). Dopuszcza się możliwość opublikowania max.3 artykułów w jednym wydaniu oraz możliwość emisji w wydaniu elektronicznym w sytuacji gdy w danym miesiącu nie ukazuje się wersja drukowana.
3. Zakup powierzchni reklamowej na emisję artykułu sponsorowanego o następujących parametrach tj.:
 - a) powierzchnia artykułu prasowego: cała kolumna, strony redakcyjne; do 2 500 znaków,



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

b) pełen kolor.

Zamawiający dostarczy Wykonawcy treść artykułu prasowego. Plan emisji artykułów prasowych w prasie uczelnianej, tytuły prasowe, ilość emisji w każdym tytule oraz dzień publikacji artykułu będzie uzgadniany każdorazowo w cyklu comiesięcznym z Zamawiającym. Projekty graficzne artykułów planowanych do emisji powinny zostać wcześniej uzgodnione i zaakceptowane przez Zamawiającego. Oznakowanie ma zostać wykonane zgodnie wizualizacją projektu PO KL 8.2.1 „Naukowy biznes” oraz z *Wytycznymi oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki*.

CZĘŚĆ C:

MINIMALNY ZAKRES PRAC ORAZ OBOWIĄZKÓW PRZEWDZIANYCH DO WYKONANIA PRZEZ WYKONAWCĘ

1. Przygotowanie wstępnego harmonogramu emisji artykułów prasowych na portalach internetowych w cyklu miesięcznym, począwszy od dnia podpisania umowy do dnia 31.10.2013r.
2. Ilość i miejsce emisji artykułów prasowych na portalach internetowych:
 - a) serwis internetowy gazeta.pl - min. 6 emisji;
 - b) serwis internetowy naszemiasto.pl oraz dziennikzachodni.pl – łącznie min. 10 emisji;
 - c) serwis internetowy onet.pl zakładka Śląsk - min. 4 emisje;
 - d) internetowe portale akademickie, portale internetowe uczelni i biur karier z woj. śląskiego, portale kulturalno-rozrywkowe skierowane m.in. do społeczności akademickiej (np. <http://www.dlastudenta.pl>; <http://www.student.pl>; <http://www.studentnews.pl>; <http://www.eurostudent.pl>; <http://forumakademickie.pl>; www.ultramaryna.pl) min. 6 emisji.
3. Zakup powierzchni reklamowej na emisję artykułu sponsorowanego o minimalnych parametrach:
 - a) serwis internetowy „gazeta.pl” - artykuł sponsorowany w serwisie katowice.gazeta.pl, 10000 znaków, logotypy, do 2 zdjęć wraz z kampanią display (tj. emisja double billboardu 750 x 200px w dwóch serwisach lokalnych z możliwością linkowania do artykułu sponsorowanego umieszczonego w serwisie katowice.gazeta.pl), 75000 odsłon (śr. 10714 odsłon/1 dzień), capping 3, 7- dniowa kampania;
 - b) serwis internetowy „naszemiasto.pl” i „dziennikzachodni.pl” – artykuł sponsorowany w serwisie „naszemiasto.pl” 10000 znaków, logotypy, do 2 zdjęć, emisja na stałe, emisja na wszystkich miastach śląskich, publikacja artykułu w serwisie i promocja ze strony głównej poszczególnych miast, emisja artykułu w serwisie „dziennikzachodni.pl”, 7- dniowa kampania;
 - c) serwis internetowy „onet.pl”, Zakładka Śląsk - artykuł sponsorowany w serwisie „slask.onet.pl” do 10000 znaków, logotypy, do 2 zdjęć, 7-dniowa kampania, artykuł zjawiany poprzez skrót (tytuł i pierwsze zdanie) na głównej stronie www.slask.onet.pl, dodatkowo jako wsparcie link



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

reklamowy na stronie głównej www.onet.pl w sekcji regionalnej Śląsk – min. 1 link w trakcie 7-dniowej kampanii;

- d) internetowe portale akademickie, portale internetowe uczelni i biur karier uczelni funkcjonujących na terenie woj. śląskiego, portale kulturalno-rozrywkowe skierowane m.in. do społeczności akademickiej - artykuł sponsorowany do 10 000 znaków, logotypy, do 2 zdjęć, 7-dniowa kampania.

Zamawiający dostarczy Wykonawcy treść artykułu prasowego. Plan emisji artykułów prasowych na portalach internetowych będzie uzgadniany każdorazowo w cyklu miesięcznym z Zamawiającym. Projekty graficzne artykułów planowanych do emisji powinny zostać wcześniej uzgodnione i zaakceptowane przez Zamawiającego. Oznakowanie ma zostać wykonane zgodnie wizualizacją projektu PO KL 8.2.1 „Naukowy biznes” oraz z *Wytycznymi oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki*.

GRUPA DOCELOWA KAMPANII PROMOCYJNO-INFORMACYJNEJ

Studenci, absolwenci, doktoranci oraz pracownicy naukowci śląskich uczelni.