

Nr referencyjny: **KPO/22/1/BCU/0063/3/24****Załącznik Nr 4**

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

dla przedmiotu zamówienia realizowanego w ramach zadania:

**Organizacja ogólnopolskiej promocji w mediach: gazety, telewizja i radio, witryny o zasięgu krajowym** w ramach projektu utworzenia i funkcjonowania Branżowego Centrum Umiejętności dla branży elektroniczno-mechatronicznej w dziedzinie automatyka przemysłowa BCU-BEM w Radomiu

1. Przedmiotem zamówienia jest usługa przygotowania i przeprowadzenia ogólnopolskiej akcji promocyjnej Branżowego Centrum Umiejętności Nr 2 w Radomiu, w ramach projektu utworzenia i funkcjonowania Branżowego Centrum Umiejętności dla branży elektroniczno-mechatronicznej w dziedzinie automatyka przemysłowa BCU-BEM w Radomiu, która swoim zakresem obejmuje:
  - 1) Przygotowanie 10 sekundowego spotu wideo wraz z jego publikacją w telewizji o zasięgu krajowym,
  - 2) Przygotowanie 30 sekundowego spotu audio wraz z jego emisją w radio o zasięgu krajowym,
  - 3) Przygotowanie i zamieszczenie artykułów prasowych,
  - 4) Przygotowanie 30 sekundowego spotu wideo oraz banerów do reklamy display i przeprowadzenie kampanii reklamowej w Internecie,
  - 5) Opracowanie raportu pokampanijnego.
2. Termin wykonania usługi:
  - 1) harmonogram emisji i dystrybucji poszczególnych materiałów reklamowych - nie później niż 3 tygodnie od dnia zawarcia umowy,
  - 2) Przygotowanie 10 sekundowego spotu wideo - 3 tygodnie od daty podpisania umowy
  - 3) Przygotowanie 30 sekundowego spotu wideo - 3 tygodnie od daty podpisania umowy,
  - 4) przygotowanie 30 sekundowego spotu audio - 3 tygodnie od daty podpisania umowy,
  - 5) przygotowanie reklamy w postaci artykułów sponsorowanych, do publikacji w prasie branżowej związanej z projektem o zasięgu ogólnopolskim oraz jego wydaniu internetowym - 3 tygodnie od daty podpisania umowy,
  - 6) przygotowanie banerów do reklamy display w Internecie - 3 tygodnie od daty podpisania umowy,
  - 7) dostarczenie raportu końcowego z kampanii: najpóźniej do 7 dni roboczych od zakończenia kampanii promocyjnej,
  - 8) przeprowadzenie kampanii promocyjnej – do 10 września 2025 r.

### I. Przygotowanie 10 sekundowego spotu wideo wraz z jego publikacją w telewizji:

#### 1. Przygotowanie spotu video.

Wykonawca wyprodukuje spot na potrzeby emisji w telewizji o zasięgu krajowym zgodnie z poniższymi wytycznymi:

- 1) spot wideo wykonany w technologii animacji komputerowej, przygotowany do **emisji telewizyjnej**, w jakości 4K i **czasie trwania 10s**;
- 2) scenariusz oraz technikę tworzenia animacji w spocie wideo po przedstawieniu akceptuje Zamawiający;
- 3) po stronie Wykonawcy leży przygotowanie briefu i treatmentu oraz koncepcji graficznej spotów.
- 4) do spotu wideo zostanie przygotowany profesjonalny podkład efektów specjalnych, muzyka oraz głos lektora,
- 5) spot ma być przygotowany z dźwiękiem polskim oraz napisami polskimi,
- 6) napisy w spociekach muszą być zintegrowane z wizją i przygotowane w taki sposób, aby można je było łatwo zintegrować z materiałem (np. format SRT). Muszą zawierać kody czasu, które umożliwiają wyświetlanie napisów w odpowiednim momencie filmu. W napisach ma być zastosowana czcionka czytelna dla osób słabowidzących i niedowidzących.

## 2. Publikacja spotu w telewizji.

- 1) Planuje się 4 emisji 10 sekundowego spotu wideo w **stacji telewizyjnej o zasięgu krajowym**, ze wskaźnikiem AMR min. 30.000 do maksymalnie 60.000 AMR według raportu KRRiT (Informacja o widowni telewizyjnej w Polsce w II kwartale 2023 roku, Tabel 2 - Widownia programów w gospodarstwach z NTC) w terminach zaproponowanych przez Wykonawcę w harmonogramie oraz zaakceptowanych przez Zamawiającego,

## II. Przygotowanie spotu audio wraz z jego emisją w radio:

### 1. Przygotowanie spotu audio.

Wykonawca wyprodukuje spot na potrzeby emisji w radio o zasięgu krajowym, zgodnie z poniższymi wytycznymi:

- 1) Wykonawca przygotowuje spot audio o długości 30 sekund w najwyższej jakości według standardów rozgłośni radiowych,
- 2) tekst oraz scenariusz spotu audio zostanie przedstawiony Zamawiającemu do zaakceptowania;
- 3) do nagrania spotu Wykonawca zapewni profesjonalny sprzęt nagraniowy do nagrań lektorskich. Całe nagranie poddane zostanie cyfrowej obróbce dźwięku wraz z ewentualnymi efektami specjalnymi i muzyką pod scenariusz spotu.

### 2. Emisja spotu audio w radio:

- 1) Spot audio będzie wyemitowany 40 razy w ogólnopolskiej rozgłośni radiowej, która znajdują się na pozycjach od 4 do 8 i według aktualnego Rankingu dla Stacji Ogólnopolskich i Ponadregionalnych AudioTrack, w terminach zaproponowanych przez Wykonawcę w harmonogramie oraz zaakceptowanych przez Zamawiającego,

## III. Przygotowanie i zamieszczenie artykułów prasowych:

### 1. Wykonawca w ramach zamówienia przygotowuje i opublikuje reklamy, w postaci 2 artykułów sponsorowanych, publikowanych zamiennie, w prasie branżowej o zasięgu ogólnopolskim związanej z projektem, dystrybuowanych zarówno w formie papierowej oraz w serwisach internetowych spełniających warunki:

- 1) reklamy zostaną wykonane z wykorzystaniem grafik i zdjęć (full color), które przekaże Zamawiający
- 2) reklama w wydaniu drukowanym będzie opublikowana na prawej stronie redakcyjnej wydania, na początkowych stronach,
- 3) objętość reklam nie będzie mniejsza niż pół strony i dopasowana zostanie do możliwości tytułów prasowych oraz stron internetowych, na których prowadzona będzie kampania (prasa min. 3000 do maks. 5000 znaków).
- 4) reklamy w serwisach internetowych powinny być wyświetlane użytkownikom na urządzeniach stacjonarnych i mobilnych, bez konieczności płatnego dostępu;
- 5) publikacja reklam w wydaniach drukowanych jak i internetowym odbędą się w sumie 6 razy w terminach zaproponowanych przez Wykonawcę w harmonogramie oraz zaakceptowanych przez Zamawiającego,
- 6) termin publikacji artykułu w serwisie internetowym będzie zgodny z dniem publikacji w wydaniu drukowanym,
- 7) reklama w serwisie internetowym powinna zawierać link do przekierowania na stronę Kampanii <https://bcu2.radom.pl/>.

## IV. Przygotowanie 30 sekundowego spotu wideo oraz 8 banerów do reklamy display i przeprowadzenie kampanii reklamowej w Internecie

### 1. Przygotowanie i emisja spotu wideo w Internecie.

- 1) Wykonawca wyprodukuje spot wideo na potrzeby emisji w Internecie zgodnie z poniższymi wytycznymi:
  - a) spot wideo wykonany w technologii animacji komputerowej, przygotowany do emisji

w Internecie, w rozdzielczości odpowiedniej, dla zachowania jakości dla platform: YouTube, TikTok i **czasie trwania 30 sekund**,

- b) scenariusz oraz technikę tworzenia animacji w spocie wideo po przedstawieniu akceptuje Zamawiający;
  - c) po stronie Wykonawcy leży przygotowanie briefu i treatmentu oraz koncepcji graficznej spotu.
  - d) do spotu wideo zostanie przygotowany profesjonalny podkład efektów specjalnych, muzyka oraz głos lektora,
  - e) spot ma być przygotowany z dźwiękiem polskim oraz napisami polskimi,
  - f) napisy w spocie muszą być zintegrowane z wizją i przygotowane w taki sposób, aby można je było łatwo zintegrować z materiałem (np. format SRT) w serwisie YouTube oraz Facebooku. Muszą zawierać kody czasu, które umożliwiają wyświetlanie napisów w odpowiednim momencie filmu. W napisach ma być zastosowana czcionka czytelna dla osób słabowidzących i niedowidzących.
- 2) Dystrybucja wyprodukowanego spotu wideo:  
Wykonawca przygotowuje kampanie promocyjne wideo na YouTube i TikTok w zakresie promowania 30 sekundowego spotu video na tych kanałach zgodnie z poniższymi wytycznymi:
- a) Realizacja płatnych reklam video winna się zaczynać w terminach zaproponowanych przez Wykonawcę w harmonogramie oraz zaakceptowanych przez Zamawiającego,

## 2. Przygotowanie i dystrybucja banerów reklamowych:

- 1) Wykonawca przygotowuje reklamę w postaci 2 banerów, w rozmiarach dostosowanych do emisji reklamy display, i przeprowadzi ich dystrybucję w:
    - a) Google Ads
    - b) Facebook Ads
    - c) 2 znanych portalach informacyjnych w podkategoriach opartych o informacje z branży automatyki przemysłowej, a także wszystkich innych, którymi może zainteresować się docelowa grupa odbiorców.
  - 2) Wykonawca przeprowadzi dystrybucję reklam display z pkt.1:
    - a) w terminach zaproponowanych przez Wykonawcę w harmonogramie oraz zaakceptowanych przez Zamawiającego.
3. Każda reklama, jeżeli jest to możliwe, powinna zawierać „przycisk” do przekierowania na stronę Kampanii <https://bcu2.radom.pl/>.
4. Przy realizacji działań promocyjnych w Internecie Zamawiający wyklucza wyświetlanie reklam w kontekście materiałów, które mogłyby w niekorzystny sposób oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.
5. Wykonawca zapewni zablokowanie możliwości komentowania reklam wszędzie, gdzie jest to technicznie możliwe.

## V. Opracowanie raportu pokampanijnego:

Raport w wersji elektronicznej - nie później niż 7 dni roboczych od zakończenia kampanii reklamowej. Akceptacja przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przekazania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającemu. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 3 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego, przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

## VI. Pozostałe warunki i uwagi do realizacji przedmiotu zamówienia:

- 1. Do czasu zakończenia kampanii promocyjnej tj. do dnia 10.09.2025r. w wyniku jej prowadzenia:
  - 1) liczba przekierowań na stronę Kampanii <https://bcu2.radom.pl/> winna osiągnąć wartość 35 tys.
  - 2) liczba wyświetleń spotu wideo powinna osiągnąć wartość:
    - a) 20 tys. dla YouTube,
    - b) 50 tys. dla TikTok.

2. Wykonawca zobowiązany jest do raportowania wyników kampanii, co miesiąc z analizą skuteczności działań.
3. **Nie dopuszcza się stosowania form marketingu niezgodnych z przepisami prawa i Kodeksem Etyki Reklamy.**
4. Spoty reklamowe (video i audio), artykuły prasowe, banery, materiały graficzne, zwane dalej *Materiałami promocyjnymi*, opracowywane przez Wykonawcę na potrzeby kampanii muszą spełniać standardy i wytyczne mediów, w których mają być publikowane (np. rozmiar w pikselach, proporcje obraz/tekst itp.), jak również muszą być utworem, do którego Wykonawca przeniesie na Zamawiającego prawa autorskie.
5. Wykonawca gwarantuje, że *Materiały promocyjne* powstałe podczas realizacji zamówienia są materiałami autorskimi. Nie mogą pochodzić z innych produkcji Wykonawcy. Nie mogą też być wykorzystywane (w całości ani w części) do przygotowania innych opracowań Wykonawcy.
6. ***Materiały promocyjne* powinny być publikowane zgodnie z harmonogramem** przygotowanym przez Wykonawcę i zaakceptowanym przez Zamawiającego.
7. Wykonawca zapewni kompleksowe wykonanie Przedmiotu zamówienia i pokryje wszystkie koszty związane z jego wykonaniem w tym koszty wytworzenia *Materiałów promocyjnych* i ich publikacji w mediach.
8. Wykonawca odpowiada za wartość merytoryczną, graficzną i techniczną wykonanych i opublikowanych *Materiałów promocyjnych*.
9. Wszystkie opracowywane i publikowane *Materiały promocyjne* muszą spełniać standardy dotyczące dostępności zgodnie z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.
10. Wykonawca zobowiązany jest do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych *Materiałach promocyjnych* powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii.
11. Za dystrybucję do mediów i zakup emisji/publikacji *Materiałów promocyjnych* w poszczególnych mediach oraz bieżący monitoring realizacji poszczególnych części zamówienia, w tym zwłaszcza w zakresie realizacji zakładanych wskaźników mediowych odpowiada Wykonawca;
12. Przystąpienie do publikacji *Materiałów promocyjnych* może nastąpić dopiero po akceptacji ich przez Zamawiającego. W związku z tym Wykonawca musi uwzględnić wszystkie uwagi przekazane przez Zamawiającego i dostosować do nich cały proces ich tworzenia.
13. Odbiór finalnej wersji *Materiału promocyjnego* zostanie przez Zamawiającego potwierdzony w formie mailowej w terminie 3 dni roboczych od dnia przekazania do akceptacji. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 3 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawione zgodnie z uwagami.
14. Treść *Materiałów promocyjnych* ma spełniać następujące **cele**:
  - 1) przyciągnięcie uwagi zarówno osób planujących karierę w dziedzinie automatyki przemysłowej, jak i już pracujących w tej dziedzinie oraz firm z branży automatyki przemysłowej zachęcając ich do korzystania z naszych usług szkoleniowych i doskonalenia umiejętności swoich pracowników,.
  - 2) zachęcenie do wyboru kształcenia i kariery w dziedzinie automatyki przemysłowej, prezentując je jako atrakcyjną ścieżkę zawodową z obietnicą rozwoju i stabilności,
  - 3) będzie budować wizerunek naszego Branżowego Centrum Umiejętności Nr 2 w Radomiu, zwanego dalej *Centrum*, jako ekspertów w dziedzinie automatyki przemysłowej, którzy pomagają w rozwoju zawodowym i przekazują cenne umiejętności.
  - 4) przedstawienie *Centrum* jako miejsce, gdzie można:
    - a) w łatwy i dostępny sposób zdobyć kompetencje w dziedzinie automatyki przemysłowej dzięki szerokiej ofercie kursów i szkoleń,
    - b) podnieść kwalifikację pokazując znaczenie ciągłego doskonalenia umiejętności i promując nasze zaawansowane programy szkoleniowe,
15. **Grupa Docelowa:** *Materiały promocyjne* będą skierowane do różnych grup odbiorców w wieku **14-64** lata związanych z automatyką przemysłową, w tym:
  - 1) młodych ludzi, którzy rozważają karierę w zawodzie automatyka przemysłowego, w tym

uczniów i studentów.

- 2) automatyków, którzy chcą doskonalić swoje umiejętności, zdobyć nowe kwalifikacje lub uzyskać certyfikaty,
- 3) nauczycieli, którzy chcą doskonalić swoje umiejętności, zdobyć nowe kwalifikacje lub uzyskać certyfikaty,
- 4) przedsiębiorców i właścicieli firm z branży elektrycznej, którzy potrzebują wykwalifikowanych pracowników i chcą inwestować w rozwój zawodowy swojego personelu.

**16. Cele szczegółowe kampanii reklamowej:**

- 1) precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do grup docelowych za pośrednictwem odpowiednio dobranych *Materiałów promocyjnych*,
- 2) maksymalizacja wizyt na stronie docelowej Kampanii, tj. <https://bcu2.radom.pl/>

**17. Zamówienie jest finansowane ze środków Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększenia Odporności w ramach Konkursu „Utworzenie i wsparcie funkcjonowania 120 branżowych centrów umiejętności (BCU), realizujących koncepcję centrów doskonałości zawodowej (CoVEs)”, Komponent A: Odporność i konkurencyjność gospodarki, Cel szczegółowy A3. Doskonalenie systemu edukacji, mechanizmów uczenia się przez całe życie w kierunku lepszego dopasowania do potrzeb nowoczesnej gospodarki, wzrostu innowacyjności, zwiększania transferu nowych technologii oraz zielonej transformacji, Inwestycja A.3.1.1. Wsparcie rozwoju nowoczesnego kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie.**

**18. Materiały promocyjne muszą być zgodne z wymaganiami związanymi z promocją źródła dofinansowania projektu. Zamawiający zobowiązuje się do przekazania Wykonawcy niezbędnych materiałów (teksty i grafikę) w wersji elektronicznej niezwłocznie po zawarciu umowy.**

**19. Do opisu przedmiotu zamówienia stosuje się nazwy i kody określone we Wspólnym Słowniku Zamówień:**

- 1) 79340000-9 usługi reklamowe i marketingowe;
- 2) 79341400-0 usługi prowadzenia kampanii reklamowych;
- 3) 79342200-5 usługi w zakresie promocji