**Załącznik nr 2 Specyfikacja Przedmiotu Zamówienia**

**do Zapytania ofertowego nr 12/ Z 16.1/POIR.01.01.01-00-0141/21-00**

**Data sporządzenia załącznika:** …………......……….....................................

( miejscowość , data )

**OFERENT:**

**Nazwa Oferenta:**

………………………………………………….………………………………………………….

NIP / PESEL : ………………………………………………………………………………..

**Adres Oferenta:**

………………………………………………….………………………………………………….

Tel. …………………………………………… e-mail : …………………………………

**ZAMAWIAJĄCY:**

**Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie SA**

**ul. Książęca 4 00-498 Warszawa**

## SPECYFIKACJA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Celem zamówienia jest **„Przygotowanie oraz publikacja materiału informacyjnego na temat projektu Telemetria Operator w formie integralnego dodatku redakcyjnego do pisma/magazynu Oferenta oraz przygotowanie i przeprowadzenie badania metodą CAWI na temat projektu wśród marketerów wraz z publikacją jego wyników”** w ramach projektu *„Opracowanie innowacyjnego systemu TeO – wielomodułowej platformy aukcyjnej przeznaczonej do kompleksowej obsługi transakcji na rynku mediowym”* (POIR.01.01.01-00-0141/21-00) w ramach Poddziałania 1.1.1 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 wspófinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, umożliwiających prowadzenie prac badawczo- rozwojowych.

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie oraz publikacja materiału informacyjnego na temat projektu Telemetria Operator w formie integralnego dodatku redakcyjnego do pisma/magazynu Oferenta oraz przygotowanie i przeprowadzenie badania na temat projektu wśród marketerów wraz z publikacją jego wyników.

Celem publikacji dodatku na temat projektu Telemetria Operator jest ukazanie związanych z nim potrzeb i korzyści w odniesieniu do wszystkich grup interesariuszy projektu czyli operatorów i nadawców telewizyjnych (strona podażowa projektu) oraz reklamodawców i agencje mediowe (strona popytowa projektu).

Celem realizacji i publikacji wyników badania jest rozpoznanie oczekiwań, potrzeb na temat projektu po stronie popytowej projektu – wśród marketerów i agencji mediowych.

Grupą docelową dwuetapowego projektu z wybranym Oferentem są szefowie marketingu, szefowie agencji reklamowych, digitalowych, kadra zarządzająca mediów, szefowie domów mediowych, dziennikarze, PRowcy.

GPW zobowiązuje się dostarczyć materiały na temat projektu Telemetria Operator, zaproponować listę ekspertów, którzy wypowiedzą się w materiale, wspólnie opracować kwestionariusz do badania.

Oferent zobowiązuje się do świadczenia pełnej opieki merytorycznej nad projektem (tj. makieta, druk, papier, skład, dystrybucja otwarta oraz zamknięta)

Obydwie części Zamówienia podlegają autoryzacji przez GPW.

Konieczność bezpośredniej realizacji obydwu etapów projektu przez wybranego Oferenta.

***Zakres realizacji świadczeń po stronie Oferenta:***

1. W przypadku raportu na temat projektu „Telemetria Operator”:

- opublikowania dodatku na temat projektu Telemetria Operator – zawartość merytoryczna dodatku to minimum 20 stron publikacji;

- format dodatku to minimum 225x275 mm netto + 3 mm spady (231x281 brutto), papier: 100g, druk kolorowy

**- *termin publikacji – nie później niż wrzesień 2022 rok.***

- przyznania tytułu partnera dodatku oraz zamieszczenie logo GPW na okładce publikacji; sztywna okładka dodatku

- wykonania wysyłki publikacji wraz z krótką informacją prasową do bazy subskrybentów – w terminie do ustalenia, razem z wysyłką ankiety do badania;

- przekazania PDF’a do własnych celów promocyjnych GPW – materiał może być wykorzystywany przez GPW w całości lub w części, bezterminowo.

- promocji publikacji: baner reklamowy na stronie internetowej Oferenta zamieszczony przez okres 1 tygodnia – w dniu publikacji;

- promocja w social mediach Oferenta – post na FB, Twitter, LinkedIn

Dopuszczalne jest zamieszczenia stron reklamowych - w postaci ankiety prezentującej działalność firmy, bądź w postaci przekazu wizerunkowego lub materiału partnera – spółek, które będą partycypowały w publikacji – po uzgodnieniu i akceptacji Zamawiającego.

***Raport powinien zawierać poniższy zakres tematyczny:***

1. Wstęp
2. Zalety reklamy dedykowanej
3. Rozszczepienia reklamowe w Polsce i na świecie
4. Rozszczepienia reklamowe a prawo (KRRiTV oraz inni regulatorzy)
5. Interesariusze, podmioty, pośrednik, Klienci
6. Testy, technika, wyzwania
7. Słownik pojęć
8. Wywiady z ekspertami

***Proponowany harmonogram realizacji pierwszej części zamówienia – wskazane daty nie później niż:***

1. dostarczenie przez GPW wszystkich niezbędnych informacji dotyczących projektu – do 5 dni roboczych po podpisaniu umowy

2. potwierdzenie ostatecznego zestawu tematów (po konsultacji z GPW) – do 12 dni roboczych po podpisaniu umowy

3. dostarczenie projektu okładki raportu – do 15 dni roboczych po podpisaniu umowy

4. przesłanie całości przygotowanego materiału do wglądu i ewentualnych uwag GPW – do 17 dni roboczych po podpisaniu umowy

5. nanoszenie zgłoszonych poprawek – do 20 dni po podpisaniu umowy

6. odesłanie akceptu całości publikacji przez GPW – do 25 dni roboczych po podpisaniu umowy

**7. wrzesień 2022 – publikacja raportu**

**Finalny harmonogram powstanie po podpisaniu umowy z Oferentem.**

b) W przypadku badania: opracowanie i realizacja badania metodą CAWI na temat projektu Telemetria Operator wraz z publikacją wyników w kolejnym z numerów magazynu – 4 strony

**- *termin publikacji – nie później niż listopad 2022 rok.***

- współpraca przy opracowaniu kwestionariusza ankiety badania;

- przeprowadzenie badania metodą CAWI na wskazanej przez Zamawiającego grupie: marketerzy

- przygotowanie raportu z badania w formie elektronicznej;

- opracowanie i uzgodnienie z Zamawiającym omówienia wyników badania, opublikowanego na łamach magazynu Oferenta – 4 strony w magazynie

- długość kwestionariusza ankiety: 10-15 pytań plus metryczka demograficzna. Wysyłka ankiety do minimum 500 marketerów.

***Harmonogram realizacji drugiej części zamówienia – wskazane daty nie później niż:***

1. opracowanie wraz z Oferentem kwestionariusza ankiety - do 16 września

2. wysyłka ankiety do bazy danych Oferenta – grupą docelową badania są marketerzy - od 19 września

3. opracowanie wyników badania przez Oferenta - od 3 października

4. przedstawienie opracowanych wyników badania Zamawiającemu - 10 października

5. wypracowanie ostatecznej formy publikacji wyników badania - do 14 października

**6. listopad 2022 – publikacja wyników badania**

**Finalny harmonogram powstanie po podpisaniu umowy z Oferentem.**

Oświadczam, iż zapoznałem/łam się z ww. specyfikacją Przedmiotu Zamówienia

.………………………………………………………………………….

Data, podpis i pieczęć upoważnionego przedstawiciela Oferenta