Załącznik nr 1 - Opis przedmiotu zamówienia

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

dla przedmiotu zamówienia realizowanego w ramach zadania:

**przeprowadzenie badania dla BCU REKLAMA** na potrzeby projektu

„Utworzenie i Wsparcie Funkcjonowania Branżowego Centrum Umiejętności przy Zespole Szkół Technicznych i Ogólnokształcących z Oddziałami Integracyjnymi im. Stanisława Staszica w Białymstoku”

Przedmiot zamówienia obejmuje usługę polegającą na przeprowadzeniu ilościowo-jakościowego badania ankietowego i/lub wywiadów pogłębionych z pracodawcami z całej Polski oraz przygotowaniu raportu dotyczącego analizy zainteresowania i oczekiwań pracodawców branży reklamy wobec kandydatów z wykształceniem średnim technicznym.

Celem badania jest opracowanie założeń dotyczących sytuacji absolwentów techników reklamy, zidentyfikowanie stanu faktycznego oraz określenie potrzeb branży w zakresie dostosowania oferty edukacyjnej i strategii rekrutacyjnych do aktualnych oraz przyszłych wymagań rynku pracy.

**Badanie ma na celu:**

1. analizę zainteresowania pracodawców branży reklamowej zatrudnianiem absolwentów techników reklamy oraz ich oczekiwań wobec kandydatów;
2. identyfikację kluczowych kompetencji wymaganych na rynku pracy;
3. określenie perspektyw zawodowych absolwentów, w tym analizę różnic w zatrudnieniu i wynagrodzeniach ze względu na płeć;
4. wypracowanie rekomendacji dla systemu edukacji i strategii rekrutacyjnych w branży.)

Uzyskana wiedza umożliwi opracowanie dobrych praktyk dla osób, które ukończyły technikum reklamy, pragnących kontynuować lub rozpocząć pracę w branży marketingowej. Ponadto, badanie uwzględni analizę perspektyw zawodowych tych osób w kontekście sektora oraz potencjalnych stanowisk pracy, w tym uwzględniając kwestie związane z różnicami między kobietami a mężczyznami w tej branży.

Pracodawcy, których dotyczy badanie, to członkowie organizacji branżowych IAB Polska oraz SAR, a także inne podmioty związane z branżą, w tym małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP).

**Zakres zamówienia obejmuje:**

1. Badanie jakościowe IDI wśród pracodawców branży marketingowej. Celem tego badania jest zebranie wiedzy, która będzie stanowić podstawę do opracowania kwestionariusza do badania ilościowego.
2. Badania ilościowe (CAWI + CATI - mixed mode) przeprowadzane wśród pracodawców branży marketingowej. Celem badania jest uzyskanie informacji na temat zatrudniania absolwentów techników reklamy, ich stanowisk, kompetencji oraz możliwości rozwoju. Badanie będzie uwzględniać także pytania dotyczące sytuacji osób z nieadekwatnymi kompetencjami. Minimalna liczba respondentów: N=600. Struktura próby:

* Firmy do 10 pracowników: 25%
* Firmy 10-49 pracowników: 25%
* Firmy 50-249 pracowników: 25%
* Firmy 250+ pracowników: 25%

Wykonawca może zaproponować alternatywną strukturę, która będzie podlegała akceptacji Zamawiającego na podstawie jej adekwatności do celów badania.

Badanie musi uwzględniać pytania dotyczące:

1. Pożądanych kompetencji absolwentów,
2. Różnic w zatrudnieniu kobiet i mężczyzn,
3. Prognoz zatrudnienia na najbliższe 3-5 lat.
4. Raport końcowy – Podsumowanie wyników wszystkich działań badawczych, w tym rekomendacje dotyczące tzw. dobrych praktyk dla absolwentów techników reklamy oraz zalecenia dotyczące dostosowania strategii edukacyjnych i rekrutacyjnych w branży marketingowej.
5. Opracowanie raportu w formie publikacji – Obejmuje to projektowanie graficzne, skład, łamanie, korektę językową oraz konwersję raportu do formatu PDF lub innych, umożliwiających jego dystrybucję online lub w formie drukowanej.

**Harmonogram realizacji**

Termin wykonania: 12 tygodni od podpisania umowy, z zachowaniem następujących etapów:

Etapy:

| **Etap** | **Zadanie** |
| --- | --- |
| I | Przeprowadzenie badań jakościowych (IDI) + opracowanie kwestionariusza |
| II | Realizacja badań ilościowych (CAWI + CATI) |
| III | Przygotowanie raportu końcowego i wersji publikacyjnej |

**Wymagania dodatkowe**

1. Wykonawca musi zapewnić anonimowość respondentów zgodnie z RODO.
2. Raport musi być przygotowany w języku polskim, z możliwością wprowadzenia poprawek przez Zamawiającego.