Załącznik 1D do swz

Załącznik 1 do umowy

Opis Przedmiotu Zamówienia

# I.OPIS WYDARZENIA

## I.1 Małopolska Noc Naukowców

Małopolska Noc Naukowców (MNN) jest częścią organizowanej od 2005 r. Europejskiej Nocy Naukowców, czyli cyklu edukacyjnych imprez popularnonaukowych odbywających się każdego roku tradycyjnie w ostatni piątek września, w blisko 400 miastach Unii Europejskiej. **Główną ideą** wydarzenia jest **popularyzacja nauki wśród mieszkańców**, poprzez przygotowanie i przeprowadzenie pokazów łączących naukę i rozrywkę oraz promujących i prezentujących środowiska naukowe. Wydarzenie przybliża **dzieciom i młodzieży** zawód naukowca, uświadamia rolę jego pracy w naszym codziennym życiu, a także zachęca do wyboru w przyszłości kariery naukowej. **Udział w wydarzeniu jest bezpłatny.**

W Małopolsce Noc Naukowców odbywa się od 2007 roku, a jej Koordynatorem jest Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego. Obecnie wydarzenie tworzy ponad **70 instytucji**, do których należą m.in.: uczelnie, szkoły wyższe, instytuty PAN, podmioty popularyzujące naukę, firmy prowadzące działalność B+R, muzea i inni.

W 2024 r. **w 12 miastach Małopolski** odbyła się 18. edycja wydarzenia, w której wzięło udział ponad **63 tys. uczestników**. Program zawierał ponad **2,5 tys. aktywności** (warsztaty, wykłady, prezentacje, pokazy plenerowe, eksperymenty, spotkania z naukowcami, widowiska). Informacja o wydarzeniu dotarła do ponad **3 mln użytkowników**, a dodatkowo promocję wydarzenia w postaci patronatu medialnego wsparli: TVP3 Kraków, Halo Gorlice, Miasto Dzieci, Librus, Dla Studenta, Radio Eska, miastoNS, oraz Nauka w Polsce.

Wydarzenie posiada stronę internetową oraz profile w mediach społecznościowych, które są aktywne cały rok i posiadają wielu obserwatorów:

Facebook: profil @Małopolska Noc Naukowców ma 16 510 obserwatorów   
(na dzień 11.04.2025).

Instagram:profil: malopolska\_noc\_naukowcow posiada 1 227 obserwatorów (na dzień 11.04.2025).

**W 2025 roku 19. edycja przedsięwzięcia odbędzie się: 26 września 2025 r.**

I.2. Naukowcy w szkołach

Działaniem współtowarzyszącym MNN są spotkania młodzieży szkolnej z Partnerami, w postaci m.in. warsztatów, pokazów i wspólnego eksperymentowania pod hasłem: „Naukowcy w szkołach”. Naukowcy z Małopolski spotykają się z młodzieżą i nauczycielami w szkołach, ale też zapraszają ich do swoich laboratoriów. Jest to działanie dopełniające i zapowiadające Małopolską Noc Naukowców, trwające od kwietnia 2024 do grudnia 2025 r.

Cele działań komunikacyjnych:

1. Informacyjny i rekrutacyjny: informowanie o wydarzeniu Małopolskiej Nocy Naukowców (w tym o Koordynatorze i Partnerach biorących w niej udział), zachęcenie osób do uczestnictwa w wydarzeniach organizowanych w ramach MNN,
2. Wizerunkowy: promowanie małopolskich bezpłatnych inicjatyw/wydarzeń/projektów  
   o charakterze naukowym, w szczególności kierowanych do dzieci i młodzieży.

Cele działań reklamowych:

1. Rekrutacyjny: Zachęcenie osób z grupy docelowej do udziału w wydarzeniu, zachęcenie zarówno nowych, jak i uczestników poprzednich edycji, do udziału w wydarzeniu.

Cele działań promocyjnych:

1. Promowanie wydarzenia Małopolska Noc Naukowców,
2. Zachęcenie do aktywnego wzięcia udziału w wydarzeniu,
3. Relacjonowanie realizowanych działań, wydarzeń, spotkań,
4. Budowa nowej grupy fanów,
5. Zaangażowanie mieszkańców województwa w czynny udział.

## I.3 Grupa docelowa działań w trakcie MNN

Najwięcej działań w ramach Małopolskiej Nocy Naukowców dostępnych jest dla dzieci  
i młodzieży w wieku 8-19 lat. Wybrane wydarzenia są również dostępne dla dzieci wczesnoszkolnych, a nawet przedszkolaków, a niektóre wyłącznie dla osób dorosłych. Dlatego szeroką grupą docelową są mieszkańcy Małopolski, przy czym główną grupę stanowi **młodzież w wieku 13-19 lat, rodzice młodszych dzieci i nastolatków oraz nauczyciele**, którzy przekazują informacje uczniom i zachęcają ich do wzięcia udziału w wydarzeniu. Główną grupą docelową działań komunikacyjnych w social mediach w 2025 r. będą:

1. młodzież w wieku 10-19 lat,
2. dorośli w wieku 30-50 lat, nauczyciele, rodzice dzieci i młodzieży,
3. seniorzy: uniwersytety trzeciego wieku, kluby seniora.

## I.4 Główne wyzwania

1. Dotarcie do nowej grupy odbiorców, którzy nie znają jeszcze wydarzenia,
2. Wzrost rozpoznawalności wydarzenia Małopolska Noc Naukowców podczas którego można uczestniczyć w ciekawych, niepowtarzalnych działaniach, spotkaniach, wykładach i eksperymentach,
3. Utrzymanie pozytywnych ocen o wydarzeniu Małopolska Noc Naukowców,
4. Dotarcie do jak najszerszej grupy mieszkańców Małopolski z informacją   
   o wydarzeniu Małopolska Noc Naukowców,
5. Zwiększenie zaangażowania „społeczności” na portalach społecznościowych.

Zamówienie realizowane jest w ramach projektu „European Researchers' Night and Researchers at Schools 2024-2025 in Malopolska” („Europejska Noc Naukowców i Naukowcy w szkołach 2024-2025 w Małopolsce”), akronim: ResHERO, finansowanego ze środków programu ramowego Unii Europejskiej „Horyzont Europa” na podstawie umowy o udzielenie dotacji nr 101162463.

# II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

**Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Małopolskiej Nocy Naukowców 2025 (MNN).**

Umowa zrealizowana zostanie w terminie do 4 miesięcy od dnia podpisania umowy.

Do zadań Wykonawcy należy:

1. **produkcja spotu radiowego** promującego MNN 2025(1 szt.),
2. **produkcja filmu** promującego MNN 2025 (1 szt.),
3. **produkcja rolek promujących** partnerów MNN 2025 (maksymalnie 10 szt.) **\*** w tym *możliwość skorzystania przez Zamawiającego z prawa opcji w przypadku 4 sztuk rolek,*
4. **produkcja rolki podsumowującej wydarzenie** (1 szt.),
5. **przygotowanie i przeprowadzenie płatnej kampanii** informacyjno-promocyjnej w social mediach,
6. **organizacja i przeprowadzenie dwóch konkursów** dotyczących wydarzenia,
7. **kampania informacyjno-promocyjna w min. 10 regionalnych serwisach/ portalach informacyjnych** skierowanych do mieszkańców Małopolski\* - w tym *możliwość skorzystania przez Zamawiającego z prawa opcji w przypadku 5 serwisów,*
8. **zapewnienie opieki redakcyjnej podczas wydarzenia,**
9. **publikacja informacji o MNN na lokalnych grupach i forach** **w social mediach**\* - *możliwość skorzystania przez Zamawiającego z prawa opcji,*
10. **wysyłka plakatów do szkół podstawowych i domów kultury z Małopolski**,
11. **analiza profilu MNN\*\*** (\*\*fakultatywnie w zależności od oferty Wykonawcy),
12. **druk, dostawa, odbiór materiałów drukowanych,**
13. **reklama na pojeździe komunikacji miejskiej***,*
14. **organizacja akcji promocyjnej wydarzenia w Kolejach Małopolskich.**

## II.1. Produkcja spotu radiowego

Opracowanie scenariusza i produkcja **30 sekundowego dźwiękowego** **spotu reklamowego** promującego Małopolską Noc Naukowców 2025 z przeznaczeniem do radia, zgodnie z wytycznymi:

1. 1 lektor,
2. podkład muzyczny,
3. reklama będzie wykorzystywana w Internecie oraz w radiostacjach lokalnych/ regionalnych (Małopolska),
4. co najmniej roczna licencja,
5. metryczka.

Wymagania dot. lektora - lektor powinien:

1. mówić „czysto”, wyraźnie, zdecydowanie i zrozumiale,
2. utrzymywać właściwe tempo mówienia, umożliwiające przyswojenie podawanych informacji,
3. charakteryzować się głosem „miłym dla ucha”, pełnym energii i równocześnie profesjonalnym w odbiorze.

Wykonawca przekaże Zamawiającemu dostęp do bazy (link) w której znajduje się min. 15 głosów lektorów z kategorii VIP/premium etc. (warunek konieczny), z czego Zamawiający wybierze jeden. Zaakceptowany spot Wykonawca przekaże w formatach wymaganych przez stacje radiowe **wraz z metryczką.**

## II.2 Produkcja filmu promującego MNN 2025

Zamówienie obejmuje przygotowanie scenariusza dla 1 filmu reklamowego promującego wydarzenie, a następnie jego kompleksową produkcję.

Przy produkcji materiałów multimedialnych, o których mowa w pkt II.2-II.4 niniejszego OPZ, Zamawiający powinien zapewnić:

1. wstępny scenariusz/koncepcję materiału (przy współpracy z Zamawiającym oraz osobami występującymi w rolkach),
2. dojazd na terenie Małopolski do osoby występującej w rolce/filmie oraz do wskazanej instytucji,
3. nagranie, profesjonalny montaż i obróbka materiału,
4. pozyskanie wszelkich niezbędnych zgód m.in. na wykorzystanie wizerunku,
5. dopełnienie wszelkich niezbędnych formalności prawnych oraz technicznych w celu prawidłowej realizacji zadania,
6. Poglądowe materiały Zamawiającego względem na podstawie których Wykoanwca może się wzorować:

* https://www.youtube.com/watch?v=488gCuh7k0w
* https://www.youtube.com/watch?v=X6sdpDTs3s0
* https://www.youtube.com/watch?v=IuNquhkNhSY

## II.3 Produkcja rolek promujących partnerów (10 szt.)

Wykonawca przygotuje **maksymalnie 10 rolek** - krótkich filmików promujących instytucje partnerskie MNN 2025, przeznaczonych do publikacji w mediach społecznościowych. Wykonawca nagra i wykona rolki **promujące** wydarzenie w siedzibach wskazanych partnerów (adresy siedzib partnerów znajdują się na terenie woj. małopolskiego, a Zamawiający przekaże je na etapie realizacji umowy, nie później niż 2 tyg. przed rozpoczęciem nagrań).

Każda rolka powinna:

1. zawierać niezbędne logotypy i layout oraz hasztagi kojarzone z wydarzeniem,
2. być kompleksowo nagrana w siedzibie wskazanego partnera MNN lub w miejscach przez nich wyznaczonych na terenie Małopolski. (W zakres zadań będzie wchodzić m.in. umówienie terminu, dojazd na miejsce, nagranie oraz późniejszy montaż materiału).
3. promować program partnera MNN,
4. zawierać czołówkę i tyłówkę.

Przez rolkę promującą Zamawiający rozumie nagranie krótkiego profesjonalnego i dynamicznego filmu:

1. o długości: **40-60 sek.,**
2. przeznaczony do publikacji w mediach społecznościowych (proporcje obrazu 9:16),
3. zawierającego ścieżkę dźwiękową w tle,
4. zawierającego napisy w języku polskim (o dostosowanym tempie wyświetlania),
5. zawierającego interaktywne elementy (możliwość głosowania, ankiety, pytania sondy itp),
6. zawierającego emotikony lub dodatkowe elementy wzmacniające atrakcyjność wizualną rolki, atrakcyjne przejścia, zbliżenia, ujęcia, efekty,
7. przygotowanego w całości przez Zamawiającego w profesjonalny sposób zgodny z aktualnymi trendami i najlepszymi praktykami filmów do social mediów,
8. posiadającego czołówkę i tyłówkę,
9. o wysokiej jakości pod względem obrazu i dźwięku. W przygotowaniu powinno być wykorzystane dodatkowe oświetlenie oraz stabilizator (w przypadku kamery ręcznej), czystego dźwięku oraz czytelnej estetyki,
10. Zamawiający nie dopuszcza przygotowania ruchomych grafik, pokazu slajdów, zmieniających się zdjęć itp.

\*Realizacja ww. pozycji (II.3) może nie zostać zrealizowana w całości lub w części Zamawiający zastrzega możliwość skorzystania z prawa opcji w odniesieniu do 4 sztuk.

## II.4 Produkcja rolki podsumowującej wydarzenie (1 szt.)

Wykonawca kompleksowo przygotuje **1 rolkę** podsumowującą Małopolską Noc Naukowców 2025.

Rolka powinna:

1. być długości: 60-90 sek.,
2. być zrealizowana najpóźniej do 1 października, następnie opublikowana w social mediach i włączona jako materiał do płatnej promocji,
3. nie odbiegać od rolek promujących i zawierała wszystkie niezbędne elementy i cechy charakterystyczne omówione w pkt. II.3 (z wyjątkiem czasu trwania),
4. wykorzystywać materiał zebrany w dniu wydarzenia z minimum 5 miejsc, w których będą prowadzone doświadczenia w ramach MNN. Wykonawca na min. 5 dni przed wydarzeniem wybierze (w porozumieniu z Zamawiającym) najciekawsze miejsca, które odwiedzi i z których kompleksowo przygotuje materiał.

## II.5. Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej wydarzenia w social mediach.

Celem działań promocyjnych jest rozpropagowanie wydarzenia, informowanie o nim   
i organizowanych w jego ramach działaniach, zdobycie nowych fanów, promowanie działań, spotkań, zwiększenie liczby reakcji fanów. Wszelkie treści, hasła, elementy graficzne, materiały filmowe przeznaczone do publikacji wymagają akceptacji Zamawiającego i muszą być przeprowadzone zgodnie z jego uwagami. Zamawiający przekaże dostęp do kont w swoich social mediach w celu ułatwienia Wykonawcy publikacji treści oraz zarządzania menadżerem reklam.

Mając na uwadze wieloletnie doświadczenie Zamawiającego w realizacji kampanii promocyjnej dla Małopolskiej Nocy Naukowców, oraz w celu spełnienia wszystkich wymagań formalnych i merytorycznych, Zamawiający rekomenduje przeznaczenie na kampanię opisaną w niniejszym punkcie, budżetu w wysokości ok. 25- 30 tys. zł. Przy czym Zamawiający zaznacza, że sugerowana kwota jest to jedynie koszt płatności na rzecz płatnej kampanii na Facebooku, Instagramie oraz Messengerze. Sugerowana kwota nie zawiera pośrednich kosztów obsługi profilu i kampanii, które Wykonawca powinien doliczyć. Rekomendacja ta nie stanowi obowiązującego limitu, lecz wskazuje szacunkowy poziom nakładów niezbędnych do osiągnięcia założonych rezultatów.

Zadaniem Wykonawcy będzie:

1. **przeprowadzenie kampanii w terminie: od ok. 4.09.2025 do 2.10.2025 r.** Dokładny termin rozpoczęcia kampanii wskaże Zamawiający na etapie realizacji. Rozpoczęcie kampanii może się różnić od wskazanego powyżej o +/- 5 dni,
2. **przeprowadzenie kampanii na profilach Zamawiającego** na Facebooku, Instagramie oraz w Messengerze,
3. **przygotowanie harmonogramu kampanii** zawierającego m.in. opis, tematykę materiałów umieszczanych w social mediach, terminy ich publikacji, treści postów (grafiki dostarczy Zamawiający), planowane koszta,
4. **osiągnięcie łącznie co najmniej** **50 tys. wyświetleń**, oraz dodatkowych działań/reakcji (tj. przede wszystkim polubienia, komentarze i udostępnienia) odbiorcy dla wszystkich działań podejmowanych na portalu społecznościowym Facebook oraz Instagram (łącznie),
5. **bieżące reagowanie na sytuacje gdy materiał przeznaczony do promocji będzie osiągał zbyt niskie zasięgi**. W takiej sytuacji Wykonawca powinien zwiększyć zaplanowany na niego budżetlub zakończyć i rozpocząć kampanię ponownie by uzyskać rezultaty zaplanowane w harmonogramie kampanii (pkt 3).

\*Zamawiający dopuszcza sytuację, gdy Wykonawca nie osiągnie wskaźnika wyłącznie w sytuacji gdy Facebook w istotnym stopniu zmieni algorytmy lub politykę reklamową w okresie między rozpoczęciem przetargu, a dniem złożenia oferty, lub w trakcie trwania umowy. W takiej sytuacji ciężar udowodnienia, iż nie osiągnięcie wskaźników nie wynika z  zaniedbań po stronie Wykonawcy, ale jest efektem zmiany polityki reklamowej dostawców leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający może nie przyjąć wyjaśnień.

1. **określenie grupy docelowej** poprzez np. utworzenie lejków targetowania (lejki do poszczególnych grup odbiorców). Stworzone przez Wykonawcę lejki powinny zostać zaakceptowane przez Zamawiającego przed uruchomieniem promocji w social mediach.
2. **stworzenie lejków targetowych, określenie celów i przeprowadzenia trzech kampanii marketingowych ukierunkowanych na 3 różne cele: ROZPOZNAWALNOŚĆ (zasięg), RUCH, AKTYWNOSĆ.** Kampanie należy zaprojektować zgodnie z ustalonymi wcześniej lejkami targetowania tak, by w raportach znalazły się informacje o wynikach dla najważniejszych wskaźników tj. m.in.: aktywność, zasięg, wyświetlenia video, ruch, itd.
3. **publikacja wskazanych postów** – ok. 36 sztuk (dla zadania: „Naukowcy w szkołach” oraz wydarzenia Małopolska Noc Naukowców). Planowane są do promocji m.in:
4. wszystkie materiały multimedialne - 1 film reklamowy i 10 rolek,
5. posty z informacją o rejestracji (ok. 3 szt.),
6. posty dot. konkursu plastycznego oraz konkursów na stronie www (ok. 10 szt.),
7. posty informacyjne o programie partnerów MNN (ok. 13 sztuk).

Do powyższych postów Wykonawca ma przygotować i opublikować mat. video i **tekst,** natomiast grafiki do pozostałych postów zapewni Zamawiający. Zamawiający wskaże również posty przeznaczone do płatnej promocji, które sam (Zamawiający) przygotuje (ok.10 postów). Szczegóły w zakresie zawartości postów będą uzgadniane na bieżąco w trybie roboczym.

1. **Przeprowadzenie kampanii za pomocą** **reklam na Messengerze**.

Zamawiający wymaga opublikowania **minimalnie 5 reklam** w Messengerze w terminie wskazanym w pkt 2 w postaci banneru lub posta (forma reklamy zostanie ustalona na etapie realizacji umowy). Po kliknięciu w baner/grafikę, użytkownik powinien zostać przeniesiony na stronę internetową MNN lub postu na Facebooku dotyczącego wydarzenia.

1. **Raportowania przebiegu kampanii.**

Zadaniem Wykonawcy będzie:

1. stworzenie tabeli, w której na bieżąco będzie raportował informacje o stanie kampanii (data, rodzaj postu, grupa targetowa, wydatkowanie, rezultaty oraz np. czy kampania ruszyła/kampania nie ruszyła z powodu, etc.), z podziałem na jej umiejscowienie: Facebook, Instagram oraz Messenger. Wyniki muszą znajdować się w jednym pliku (wszystkie).
2. raz w tygodniu (w poniedziałek) przedstawienie kompletnej aktualizacji danych z  tabeli (o której mowa w pkt a), w której należy podsumować wyniki kampanii z ubiegłego tygodnia. Powinny znaleźć się tam informacje o działaniach zrealizowanych, trwających, aktualizacja wydatkowania, terminów publikacji, screeny z publikacji wraz z datami, tematy postów i nazw kampanii oraz osiągnięte wyniki z uwzględnieniem celów, i istotnych parametrów reklamowych (np. ruch, reakcje, zasięg, wyświetlenia, aktywność lub innych zaproponowanych przez Wykonawcę ważnych wskaźników). Wszelkie opóźnienia, awarie serwisu Meta i  inne nieprawidłowości harmonogramu powinny zostać natychmiast zgłaszane Zamawiającemu oraz zaraportowane.
3. **Przedstawienie raportu końcowego.** W ciągu 4 dni od zakończenia kampanii (**tj. najpóźniej do 6 października 2025 r.),** Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport końcowy, w którym umieści dane podsumowujące kampanię. Raport powinien opierać się na bieżących raportach tygodniowych (ppkt. a-b) i zawierać szczegółowe informacje, podsumowujące wynik kampanii (m.in. ostateczna kwota, terminy, rodzaje postów, ich ukierunkowanie na istotne parametry reklamowe tj.:  ruch, reakcję, zasięg, wyświetlenia, aktywność, etc.). Na końcu raportu powinny zostać podsumowane wyniki dotyczące łącznej liczby widzów, polubień, udostępnień, komentarzy etc. Do raportu Zamawiający ma prawo wnieść uwagi, wskazać braki, które Wykonawca powinien uzupełnić.

## II.6 Organizacja i przeprowadzenie dwóch konkursów naukowych dotyczących wydarzenia

Zadaniem Wykonawcy będzie:

1. kompleksowe przeprowadzenie dwóch osobnych konkursów w okresie: **4.09.2025 – 2.10.2025 r.,**
2. organizacja w/w konkursów zgodnie z prawem oraz zasadami przeprowadzania konkursów i przetwarzania danych osobowych uczestników,
3. przedstawienie Zamawiającemu: pomysłu, tematyki, zasad, regulaminu oraz sposobu wyłaniania zwycięzców, które Zamawiający zaakceptuje lub zwróci do poprawy,
4. przygotowanie strony www „one page” , na której konkursy zostaną przeprowadzone, w szacie graficznej dostosowanej do tematyki wydarzenia (wzory layoutu do których należy dostosować całą oprawę wizualną strony, Zamawiający prześle na etapie realizacji umowy),
5. odpowiedzialność za przebieg, merytorykę, wyłonienie zwycięzców,
6. wysyłka nagród do laureatów (łącznie 6 nagród). Wykonawca odbierze z siedziby Zamawiającego nagrody za zajęcie 1, 2 i 3 miejsca (jednostkowa cena nagrody to maksymalnie 500 zł brutto), które wyśle do laureatów obu konkursów. Potwierdzenia odbioru nagród zostaną dołączone do raportu końcowego.
7. osobna promocja obu konkursów w mediach społecznościowych tj.: przygotowanie treści postów zachęcających do udziału w konkursach, przypominających oraz ogłaszających wynik obu konkursów (dla każdego konkursu osobne terminy publikacji), publikacja bezpłatnych informacji o konkursie w social mediach, serwisach z  konkursami lub innych miejscach w Internecie,
8. zapewnienie osób merytoryczne odpowiadających za przygotowanie pytań konkursowych, sporządzenie regulaminu, przeprowadzenie konkursu oraz wyłonienie zwycięzców (komisja konkursowa + Zamawiający). Konkurs musi mieć charakter naukowy i wyłaniać najlepszych uczestników w danej dziedzinie, a rywalizacja nie może miech charakteru pozornego.

## II.7 Kampania informacyjno-promocyjna w min. 10 regionalnych serwisach informacyjnych skierowanych do mieszkańców Małopolski.

**Kampania prowadzona będzie w okresie: 4.09 – 2.10.2025 r.**

Wykonawca przygotuje projekt i przeprowadzi kompleksową kampanię reklamową postów na profilach w social mediach serwisów/portali informacyjnych skierowanych do mieszkańców Małopolski, na których większość zamieszczanych informacji dotyczy ciekawych wydarzeń z regionu, w tym organizowanych przedsięwzięć i imprez.

1. Przygotowując projekt kampanii Wykonawca przedstawi propozycję **piętnastu (15)** serwisów/portali, które są jednymi z najczęściej odwiedzanych przez użytkowników Internetu serwisów informujących o wydarzeniach w Krakowie/ Małopolsce (wymóg posiadania przez min. 6 zaoferowanych profil na Facebook-u minimum **25 tys. obserwujących,** pozostałe profile muszą posiadać minimum 6 tys. odbiorców).
2. Spośród przedstawionych propozycji Zamawiający dokona wyboru maksymalnie **dziesięciu (10)** portali. O dokładnej liczbie wybranych do promocji profili, Zamawiający zdecyduje w dniu ogłoszenia zamówienia.
3. W okresie trwania kampanii (przez 4 tygodnie) na każdym z portali mają się ukazać:
4. **4 różne posty** (średnio 1 w ciągu tygodnia) na obu profilach FB i/lub IG,
5. **3 różne artykuły promujące** na stronie www tego portalu publikowane przed wydarzeniem (artykuł posiadać musi ok. 3 000 - 3 500 znaków),
6. **1 artykuł podsumowujący** wydarzenie.

W publikacjach, muszą znaleźć się ciekawostki z programu MNN oraz odwołania do social mediów i strony internetowej ([www.nocnaukowcow.malopolska.pl](http://www.nocnaukowcow.malopolska.pl)).

1. **Przedstawienie raportu podsumowującego** przeprowadzoną kampanię. W raporcie powinny znaleźć się: podsumowana liczba wyświetleń postów, liczba osób, liczba i rodzaj reakcji na zamieszczony post, liczba osób, które kliknęły w dołączony do postu link kierujący do artykułu **oraz screeny publikacji wraz z datą**). Raport należy złożyć w ciągu 4 dni od zakończenia kampanii (**tj. najpóźniej do 6 października 2025 r.)**

\*Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany terminu rozpoczęcia każdej z ww. kampanii zmiany liczby publikacji oraz wymianie profili lub grup w mediach społecznościowych na inne jedynie w uzasadnionych przypadkach. Np. w sytuacji gdy wskazany serwis nie będzie posiadał profilu w danym portalu (np. Instagram wymieniony na LinkedIn, Tik Tok itp.), Dopuszczona jest zamiana wymaganego postu, artykułu na inne działanie które zaproponuje Wykonawca, lub alternatywny profil (w obrębie profili z Małopolski etc.), tylko w sytuacji gdy nie będzie możliwe spełnienie wymagań opisanych w SOPZ i ograniczenia te będą spowodowane wewnętrznymi zasadami profilu na którym ma odbyć się publikacja lub zasadami funkcjonowania serwisu Meta.. Wszelkie zmiany zostaną dokonane na etapie realizacji umowy i muszą zostać wcześniej zaakceptowane przez Zamawiającego.

\*Realizacja ww. pozycji (II.7) może nie zostać zrealizowana w całości lub w części Zamawiający zastrzega możliwość skorzystania z prawa opcji w odniesieniu do 5 serwisów.

## II.8. Zapewnienie opieki redakcyjnej w trakcie MNN 2025

W dniu wydarzenia tj. **26.09.2025 r.** w godzinach: 17.30-20.30, Wykonawca zapewni minimum dwóch **redaktorów** – będą to osoby dedykowane do stworzenia relacji prasowej, których zadaniem będzie m.in:

1. **obecność w minimum 8 miejscach na terenie Małopolski**, w których odbywać się będą wydarzenia MNN 2025 (miejsca te nie mogą się pokrywać, Wykonawca na podstawie programu dostępnego na stronie zaproponuje miejsca, a Zamawiający je zaakceptuje),
2. zebranie informacji merytorycznych i promocyjnych na temat programu MNN, ich poprawne wyselekcjonowanie i wypunktowanie ciekawostek,
3. **przygotowanie minimalnie 3 materiałów prasowych** o MNN (jeden redaktor przygotowuje i potem publikuje 3 artykuły- łącznie 6 artykułów) z miejsc w których pojawi się redaktor, w  postaci np. wywiadu z naukowcem, uczestnikiem, relacji, krótkiego artykułu, felietonu, reportażu lub innej zaproponowanej formy dziennikarskiej. Przygotowany do publikacji artykuł zostanie przekazany Zamawiającemu do akceptacji w terminie umożliwiającym publikację.
4. **termin publikacji wszystkich artykułów, o których mowa w ppkt c): 27.09-2.10.2025**, (Wykonawca powinien wcześniej zarezerwować miejsce serwisach w których ukaże się publikacja),
5. bieżąca współpraca z Zamawiającym na temat formy przygotowywanych komunikatów i ich poprawności.

W zależności od zaproponowanej oferty, Wykonawca może zwiększyć ilość portali, na których zostanie opublikowany artykuł lecz Zamawiający zastrzega, że odbędzie się to bez wzrostu wynagrodzenia. Portale, w których ukaże się publikacja, muszą zostać ustalone z Zamawiającym na min. 5 dni przed wydarzeniem. Każdy redaktor powinien wykazać się sumiennością, dokładnością znajomością wydarzenia i atrakcji MNN 2025 (dostępnych na stronie wydarzenia), zdolnością do selekcji informacji atrakcyjnych dla grupy docelowej, umiejętnością szybkiego i łatwego tworzenia tekstów (tzw. ”lekkie pióro”), itp., a przygotowane materiały powinny min.:

1. mieć logicznie uporządkowany tekst, pod względem merytorycznym,
2. być dostosowane do odbiorcy (grupa docelowa, potrzeby odbiorcy),
3. być poprawne językowo i stylistycznie,
4. różnić się od siebie treścią i formułą, ale mieć tak samo interesujący i naukowy charakter,
5. zawierać informacje o wszystkich odwiedzonych aktywnościach,
6. nie może być sytuacji aby jeden artykuł dotyczył tylko jednej lokalizacji z programu MNN.

## II.9 Publikacja informacji o MNN na lokalnych grupach/forach w social mediach

Zadaniem wykonawcy będzie:

1. przygotowanie i publikacja kompleksowych krótkich informacji ogólnych o wydarzeniu (postów) zawierających najważniejsze informacje (m.in.: data, miejsca, ciekawostki, termin rejestracji, formuła, dostępność wejść, link do strony www etc.).
2. publikacja informacji na **minimum 30 grupach/forach**,
3. charakterystyka poszczególnych grup/forum:
   * wstęp do grupy/forum mają tylko zatwierdzeni członkowie lub jest to grupa/forum otwarta/e,
   * zrzesza mieszkańców Małopolski interesujących się konkretną dziedziną,
   * zawiera informacje o wydarzeniach w miastach Małopolski w których odbywa się MNN,
   * przykłady grup/forów: mieszkańcy dzielnic Krakowa, mieszkańcy miast małopolskich gmin etc. (np. np. „wydarzenia w Krakowie”, „Weekend w  Krakowie”, „Z dzieckiem w Krakowie”, „Mama w Krakowie”, „Atrakcje w  Zakopanem”, forum mieszkańców gminy, Mieszkańcy Wadowic, etc.).
4. **propozycję 40 grup** wraz z liczbą członków (min członków w grupie: 4 tys.), Wykonawca przedstawi na 5 dni przed rozpoczęciem kampanii, z czego Zamawiający wybierze 30,
5. na każdej grupie powinna pojawić się jedna informacja zapraszająca na wydarzenie – publikacja w terminie: 19.09-25.09,
6. na każdej grupie powinna pojawić się informacja w dniu wydarzenia: **26.09**. Wykonawca powinien wziąć pod uwagę okres oczekiwania na publikację postu i akceptację treści przez administratora tj. skontaktować się z nim wcześniej w celu ustalenia terminów publikacji,
7. \*dopuszczalna jest wymiana grupy na inną tylko w chwili gdy zagrożone będzie terminowe publikowanie postów (długi okres oczekiwania na akceptację przez administratora) lub w chwili gdy post zostanie usunięty z przyczyn niezależnych od Wykonawcy.

*\**\*Realizacja ww. pozycji (II.9) może nie zostać zrealizowana, Zamawiający zastrzega możliwość skorzystania z prawa opcji.

## II.10 Wysyłka plakatów

Wydrukowane plakaty w ilości 2 szt. (1 szt. plakatu MNN oraz 1 szt. plakatu dot. konkursu plastycznego), należy wysłać do **250 szkół podstawowych oraz 40 domów kultury w Małopolsce**. Na ten cel Wykonawca powinien odłożyć 290 sztuk plakatów MNN oraz 290 sztuk plakatów dot. konkursu plastycznego z puli opisanej w tabeli nr 1, pkt II.12.1 OPZ. Listę adresatów Zamawiający przekaże na etapie realizacji umowy. Potwierdzenie doręczenia do szkoły (potwierdzenie kurierskie) należy przedłożyć Zamawiającemu, wraz z raportami końcowymi. **Wysyłka plakatów powinna odbyć się pomiędzy 1 a 10 września 2025 r.**

## II.11 Analiza profilu MNN\*

\*Dodatkowo (jedynie w sytuacji gdy Wykonawca zaproponuje wykonanie analizy profilu Małopolskiej Nocy Naukowców) Wykonawca przeprowadzi analizę profilu Zamawiającego za pomocą jednego z elektronicznych, profesjonalnych narzędzi służących do przeprowadzania analizy danych z profilów społecznościowych. Analiza musi zostać wykonana najpóźniej **do 5 października 2025** i obejmować okres co najmniej jednego miesiąca, w którym realizowane będzie wydarzenie. Analiza winna zawierać co najmniej następujące elementy:

1. analizę zasięgu,
2. analizę zaangażowania,
3. analizę treści,
4. analizę obsługi klienta,
5. analizę kliknięć i przekierowań na stronę www,
6. podsumowanie osiągniętych wyników (suma polubieni wszystkich postów, suma udostępnień etc.)
7. rekomendacje *(jeśli zasadne)*.

## II.12 Druk, dostawa i odbiór materiałów drukowanych

Zadaniem Wykonawcy będzie:

1. wydrukowanie materiałów promocyjnych w ilości i formacie wskazanej w poniższej tabeli, dostarczenie do wskazanych lokalizacji, oraz w przypadku banerów późniejszy ich odbiór i przekazanie do utylizacji (projekty graficzne w wersji elektronicznej zapewni Zamawiający). Wykonawca odpowiedzialny jest kompleksową realizację ww. działań w tym za kontakt z instytucją oddającą banner i ustalenie dogodnego terminu odbioru dla obu stron.
2. przedstawienie Zamawiającemu odpowiedniego formatu plików jaki jest potrzebny drukarni w celu prawidłowego wydruku,
3. współpraca z grafikiem (z którym współpracuje Zamawiający w zakresie projektów) i konsultacje oraz bieżące rozwiązywania problemów w zakresie przekazywanych plików ich formatów oraz dalszego przetwarzania,
4. obsługa plików w formatach: .jpg, .pdf, .psd (obowiązkowo), .aiv, .mp4 i innych,
5. dostosowania do odpowiednich rozmiarów otrzymanych plików na podstawie plików otwartych (w razie takiej konieczności),
6. **dla banneru, dyplomów dla dzieci oraz dyplomów dla osób prowadzących pokazy (naukowców) Wykonawca musi przedstawić do akceptacji** wydruki próbne, które należy dostarczyć Zamawiającemu pod adres: Kraków, ul. Racławicka 56, pok. 102. W przypadku dyplomów – papier, a w przypadku dużych powierzchni - próbne wydruki najważniejszych elementów (proofy). Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian lub uwag do wydruków próbnych, a Wykonawca zobowiązuje się do ich uwzględnienia i wprowadzenia w terminie do 2 dni od dnia otrzymania uwag.

II.12.1 DrukTabela nr 1:Zapotrzebowanie na materiały promocyjne.

| **L.p.** | **Opis** | **Ilość (sztuk)** |
| --- | --- | --- |
| 1. | Plakat B1 (plakat informujący o MNN 2025):   * 4+0, * papier: kreda matowa min. 170 g/m2, * uszlachetnienie lakier offset mat. | 1 400 |
| 2. | Plakat A4 (plakat dot. konkursu plastycznego)   * 4+0, * papier: kreda matowa min. 170 g/m2, * uszlachetnienie lakier offset mat. | 400 |
| 3. | Dyplom dla uczestników MNN – Dyplom Młodego Naukowca (o rozmiarze A4)   * 4+0, * papier: kreda matowa min. 300 g/m2, | 10 000 |
| 4. | Dyplom/ certyfikat dla osób prowadzących doświadczenia (naukowców/ studentów itp.)   * 4+0, * papier: kreda matowa, min. 350 g/m2, | 2 000 |
| 5. | Zakładka naukowa dla uczestników MNN 2025 dla dzieci:   * druk dwustronny, * papier offsetowy o gramaturze 300g/m2, * uszlachetnione specjalnym lakierem w celu zwiększenia trwałości, * rozmiar 80 mm x 200 mm (+/- 5%) | 6 000 |
| 6. | Zakładka dla uczestników MNN 2025 (dla młodzieży:   * druk dwustronny, * papier offsetowy o gramaturze 300g/m2, * uszlachetnione specjalnym lakierem w celu zwiększenia trwałości, * rozmiar 80 mm x 200 mm (+/- 5%) | 7 000 |
| 7. | Banner zewnętrzny (rozmiar **150 cm x 400 cm**) (+/- 5 cm) Małopolskiej Nocy Naukowców 2025   * full kolor, * druk jednostronny, * baner wyprodukowany z tkaniny poliestrowej z systemem wieszania umożliwiającym zawieszenie na ścianie na zewnątrz budynku zgrzewanie krawędzi dookoła + specjalne oczka metalowe do montażu (materiał banerowy frontlit). | 37 |
| 8. | Windery reklamowe – tylko flaga „pióro” (bez masztu):   * pióro: 3m x herb: 3m okrywa 2,62 m (+/- 5%),   \*Realizacja pozycji może nie zostać zrealizowana w całości lub części. Zamawiający zastrzega możliwość skorzystania z prawa opcji względem 10 sztuk winderów. | 30 |
| 9. | Roll up ( MNN):  • ze wzmocnioną kasetą i nóżkami,  • mocna aluminiowa konstrukcja poddana anodowaniu,  • składany maszt 3-segmentowy,  • górną listwę zatrzaskową,  • stalowe wzmocnienie kasety,  • dwie obrotowe stopy stabilizujące,  • stabilizator pozycji masztu,  • torbę transportową (pokrowiec usztywniany),  • możliwość wymiany banera.  Grafika na baner:   * blockout, * nadruk w pełnym kolorze (4+0), * wymiary 100 cm x 200 cm. | 2 |

### II.12.2 Dostawa

Dostawa materiałów, o których mowa w tabeli nr 1 (ppkt II.12.1 OPZ) powinna zostać przeprowadzona **do** **1 września 2025 r**. (wyjątek stanowi wysyłka plakatów, która ma nastąpić pomiędzy 1 a 10 września, o której mowa w II.10 OPZ,) i obejmować dostarczenie wydrukowanych materiałów pod wskazane adresy **(max. 60 lokalizacji**), w tym:

1. Kraków - max. 40 lokalizacji, w tym, siedziby Partnerów,
2. max. 25 lokalizacji na terenie Województwa Małopolskiego,
3. dostarczenie materiałów do każdej lokalizacji będzie musiało być potwierdzone protokołem odbioru, lub potwierdzeniem kurierskim.
4. schemat dostarczania materiałów (termin oraz wskazana lokalizacja) zostaną ujęte w harmonogramie (IV.2 OPZ).

Zamawiający zastrzega iż termin dostarczenia materiałów drukowanym o którym mowa w II.12.2 może ulec zmianie jedynie w uzasadnionym przypadku. Wszelkie jego zmiany i uzgodnienia dotyczące dostawy zostaną wykonane w trybie roboczym na etapie realizacji umowy.

### II.12.3 Odbiór materiałów drukowanych

Wykonawca ma obowiązek odebranie bannerów ze wskazanych lokalizacji (max.12 lokalizacji na terenie Małopolski-siedziby partnerów MNN) i przekazanie ich w miejsce ponownego użytku (może to być np. schronisko dla zwierząt lub miejsce gdzie bannery zostaną poddane recyclingowi etc.). Wykonawca znajdzie miejsce odbioru we własnym zakresie.

## II.13 Reklama na pojeździe komunikacji miejskiej

Zadaniem Wykonawcy będzie zapewnienie ekspozycji reklamy na pojeździe komunikacji miejskiej w Krakowie (tramwaju) wg poniższych wytycznych:

1. format reklamy: całopojazdowa (wszystkie wagony),
2. wagony przegubowe NGT8 lub ewentualnie NGT6,
3. okres ekspozycji: 1-30 września 2025,
4. dodatkowe informacje: Jeśli będzie to możliwe Zamawiający zarezerwuje wyżej wymieniony pojazd u przewoźnika pod ekspozycję reklamy; Wykonawca może skorzystać z tej rezerwacji, lub może zaproponować inne pojazdy/nośniki, na które musi uzyskać zgodę Zamawiającego,
5. projekt reklamy na bazie plakatu MNN 2025, Wykonawca zaprojektuje i dostarczy według parametrów określonych w specyfikacji najpóźniej na 3 tygodnie przed rozpoczęciem ekspozycji reklamy. Specyfikacja oraz wszelkie szczegółowe informacje o zasadach realizacji i ekspozycji reklamy na tramwajach znajdują się na stronie : https://mpk.krakow.pl/reklama-calopojazdowa
6. termin zaprojektowania, wykonania i nałożenia reklamy musi uwzględniać terminy ekspozycji (ppkt c))
7. jeśli będzie to konieczne Wykonawca wykupi kompleksową usługę w Miejskim Przedsiębiorstwie Komunikacyjnym S. A. w Krakowie (MPK), lub podejmie współpracę z firmą specjalizującą się w tego typu pracach (firmę do współpracy z odpowiednim doświadczeniem może zasugerować MPK w Krakowie),
8. termin usunięcia reklamy: maksymalnie **do 5 października 2025 r.**

ł) wyniki kampanii (zasięg reklamy) Wykonawca powinien przedstawić w raporcie końcowym **do dnia 5 października 2025 r.**

## II.14 Organizacja akcji promocyjnej wydarzenia w pociągu Kolei Małopolskich

Zadaniem Wykonawcy będzie organizacja i przeprowadzenie mini akcji promocyjnej w pociągu Kolei Małopolskich w ramach działań informacyjno-promocyjnych Małopolskiej Nocy Naukowców 2025.

Wytyczne do akcji promocyjnej:

* Czas trwania akcji: ok. 3,5-5h,
* Trasa: Kraków Główny – Tarnów – Kraków Główny (2 przejazdy pociągu),
* Termin: pomiędzy 5 a 26 września. Dokładny termin zostanie ustalony na etapie realizacji umowy, ale preferowany będzie termin przed rozpoczęciem rejestracji na wydarzenia jej wymagające (18 września),
* Przeprowadzenie akcji promującej 19. edycję Małopolskiej Nocy Naukowców.

Zadaniem Wykonawcy będzie m.in.:

1. rezerwacja pociągu w terminie ustalonym z Zamawiającym oraz kontakt z Kolejami Małopolskimi w celu ustalenia wszystkich szczegółów organizacji wydarzenia,
2. bieżący nadzór nad prawidłowością akcji promocyjnej, i reagowanie w sytuacjach kryzysowych w celu ich natychmiastowego rozwiązania,
3. zapewnienie niezbędnych materiałów merytorycznych i elementów scenografii (np. przebranie naukowców, rekwizyty etc.),
4. zapewnienie materiałów promocyjnych w postaci 500 sztuk zakładek do książek- (Zamawiający uwzględnił je w puli zakładek dla młodzieży określonej w tabeli nr 1 w pkt II.12.1 OPZ),
5. **zapewnienie obecności dwóch osób występujących w roli „naukowców”,** przebranych w sposób korespondujący z tematyką MNN, osoby te powinny:
   1. przemieszczać się po składzie pociągu i aktywnie zapraszać pasażerów na wydarzenie,
   2. podejmować aktywne działania edukacyjne oraz zachęcające do udziału w wydarzeniu, w tym m.in.: animacje, mini eksperymenty, rozdawanie materiałów promocyjnych,
   3. posiadać merytoryczną wiedzą na temat programu i atrakcji wydarzenia oraz prostych doświadczeń i eksperymentów naukowych, które wykonują w pociągu,
   4. rozdawać materiały promujące wydarzenia (zakładki oraz materiały przekazane przez Zamawiającego),
   5. prezentować proste i bezpieczne atrakcyjne doświadczenia naukowe z użyciem własnych rekwizytów, dostosowane do warunków podróży pociągiem,
   6. nie zakłócać komfortu przejazdu innych pasażerów,
6. zaangażowanie dwóch osób odpowiedzialnych za kwestie techniczne oraz za nagranie i kompleksowe przygotowanie min. 2 filmików/ rolek z przedsięwzięcia, rolki powinny być dynamiczne i zawierać wszystkie cechy rolek promujących opisane w pkt II.3 OPZ.

Zamawiający informuje że Spółka „Koleje Małopolskie” sp. z o. o. jest podmiotem w którym 100% udziałów posiada Województwo Małopolskie – koordynator Małopolskiej Nocy Naukowców w związku z czym akcja zostanie przeprowadzona bez pokrywania kosztów wynagrodzenia na rzecz spółki. Wykonawca jest zobowiązany jedynie sprawnie przeprowadzić akcję promocyjną i zadbać o wszelkie sprawy techniczne związane z pozwoleniami i ograniczają akcji.

# III ELEMENTY GRAFICZNE I ICH PRAWA AUTORSKIE

1. Wszystkie materiały informacyjno-promocyjne, o których mowa w OPZ (spoty, materiały filmowe, itp.) muszą być:
2. zaakceptowane przez Zamawiającego przed publikacją,
3. zgodne z informacjami dostępnymi na stronie www wydarzenia,
4. zaprojektowane w spójnym, nowoczesnym, atrakcyjnym i estetycznym layoucie graficznym,
5. zgodne z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Małopolskiego,
6. zgodne z Ustawą o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190000848>).
7. Publikowane w Internecie materiały musza zawierać opisy alternatywne
8. W szczególności Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych materiałów filmowych/video:
9. audiodeskrypcji (informacje czytane przez lektora, dodawane w celu opisu szczegółów obrazu, których nie są w stanie dostrzec osoby niewidome lub słabowidzące, zapewniają informacje o miejscu akcji, postaciach, zmianie scenerii, tekstach widocznych na ekranie i innych treściach wizualnych), napisów rozszerzonych, które obok tekstu lektora zawierają wszystkie inne informacje o warstwie dźwiękowej jak np.: muzyka w tle, różne odgłosy, itd. (jeśli występują). Napisy powinny być zgodne z zasadami WCAG 2.1 na poziomie AA,
10. napisy powinny być zintegrowane z animacją lub przygotowane w taki sposób, aby można je było łatwo zintegrować z materiałem (np. format SRT). Jeżeli materiał będzie przekazany w osobnym pliku, powinien zawierać kody czasu, które umożliwiają wyświetlanie napisów w odpowiednim momencie, wykonywane zgodnie z zasadami projektowania graficznego, przy zastosowaniu właściwego kodowania informacji co do kształtów i kolorów oraz mając na uwadze percepcję ludzi, wpływ elementów graficznych oraz ich kształty na układ informacji,
11. zaakceptowane przed publikacją przez Zamawiającego. W przypadku powtarzających się wad w projektach, opóźnień w realizacji etc., Zamawiający może żądać zmiany osoby wykonującej pracę. W takiej sytuacji Wykonawca przedstawi niezwłocznie portfolio trzech innych osób posiadających co najmniej 2 lata doświadczenia w projektowaniu i przygotowywaniu materiałów video, z których Zamawiający wybierze jednego do dalszej współpracy.
12. przygotowane i przekazane w formatach dostosowanychdo prawidłowej publikacji w mediach społecznościowych, portalach informacyjnych, serwisach internetowych (np. YouTube, Facebook i innych), umożliwiających ich późniejszą edycję i modyfikację (jpg., pdf., psd., aiv., mp4 i innych).
13. Wykonawca będzie przekazywał na bieżąco ww. pliki, jednak ostatecznym terminem ich złożenia jest **6 października 2025 r.**
14. Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do treści, materiałów graficznych i filmowych. Wykonawca przekaże pełnię majątkowych praw autorskich do filmu promocyjnego bez dźwięku, a minimalny okres licencji dla spotu z dźwiękiem: 1 rok.
15. Przeniesienie, następuje z chwilą ich przekazania przez Zamawiającego i nie wymaga odrębnego oświadczenia Wykonawcy. Odbywa się ono bez ograniczenia co do terytorium, czasu, ilości egzemplarzy. Wykonawca zezwala Zamawiającemu i przenosi na Zamawiającego prawo do zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich do przedmiotu umowy, w tym do dokonywania adaptacji, opracowań i skrótów materiałów promocyjnych.

# IV. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

**Małopolska Noc Naukowców odbędzie się w piątek** **26.09.2025 r.**, a działania promocyjne rozpoczną się z początkiem września br. (z zastrzeżeniem zapisów poniżej o ewentualnej zmianie harmonogramu). Strony mogą uzgodnić inne terminy niż te podane poniżej (np. z uwagi na nieprzewidziane okoliczności, które z przyczyn obiektywnych uniemożliwią zachowanie terminów), **ostateczny harmonogram będzie załącznikiem do umowy.**

W przypadku braku zgody na zmianę któregokolwiek z terminów przez jedną ze stron, obowiązującym pozostaje poniższy projekt harmonogramu.

## IV.1 Kluczowe momenty dla działań informacyjno–promocyjnych.

**Termin Małopolskiej Nocy Naukowców: 26.09.2025** r.

Planowane działania i ich wstępne terminy:

1. czerwiec 2025 r. - rusza konkurs plastyczny realizowany przez Zamawiającego,
2. początek września 2025 r. - rusza strona internetowa z aktualnym programem przedsięwzięcia (realizuje Zamawiający),
3. ok. 10 września 2025 r. rusza emisja spotu reklamowego w sieci, czyli m.in. na stronie Województwa ([www.malopolska.pl](http://www.malopolska.pl)), stronie MNN ([www.nocnaukowcow.malopolska.pl](http://www.nocnaukowcow.malopolska.pl), oraz social mediach
4. ok. 12 września 2025 - zakończenie przyjmowania prac konkursu plastycznego dla dzieci.

Wskazane powyżej terminy startu kampanii są terminami orientacyjnymi i mogą ulec zmianie o maksymalnie 7 dni. Jeżeli zmiany nastąpią, Zamawiający niezwłocznie poinformuje o nich Wykonawcę.

## IV.2 Projekt harmonogramu:

Wykonawca musi wziąć pod uwagę wymóg akceptacji przez Zamawiającego każdego z elementów umowy (tzn. jest świadomy, że **wskazane terminy są terminami na wykonanie ostatecznej**, a nie wstępnej **wersji elementu zamówienia**) oraz terminy, których zachowania wymagają inne podmioty, np. podwykonawcy.

| Lp. | Usługa/projekt | Termin realizacji\*) |
| --- | --- | --- |
| 1. | Przygotowanie harmonogramu kampanii, ukierunkowanie i określenie jej celów. | do 1.09 |
| 2. | Kampania w Social Mediach. | 4.09-2.10 |
| 3. | Kampania w regionalnych serwisach informacyjnych. | 4.09-2.10 |
| 4. | Organizacja konkursów naukowych (2). | 4.09-2.10 |
| 5. | Produkcja filmu promującego MNN 2025 oraz filmu o partnerze MNN. | do 1.09 |
| 6. | Produkcja spotu radiowego. | do 1.09 |
| 7. | Produkcja rolek promujących. | ok. 05.09 |
| 8. | Wysyłka plakatów do szkół podstawowych i domów kultury | 1.09-10.09 |
| 9. | Produkcja rolki podsumowującej. | do 1.10 |
| 10. | Akcja promocyjna w pociągu Kolei Małopolskich | pomiędzy 5.09 a 26.09 |
| 11. | Dostarczenie materiałów promocyjnych do 60 lokalizacji w Małopolsce (m.in. siedzib instytucji partnerskich ośrodków edukacyjnych). | do 1.09 |
| 12. | Wysyłka plakatów | 1-10 .09 |
| 13. | Odbiór wskazanych materiałów promocyjnych i przekazanie do recyclingu (z max. 15 lokalizacji na terenie Małopolski). | do 6.10 |
| 14. | Ostateczne przekazanie Zamawiającemu plików, raportów i wszelkich innych elementów powstałych w trakcie realizacji niniejszej umowy. | 6.10 |
| 15. | Termin przekazania analizy profilu Małopolskiej Nocy Naukowców (\*fakultatywnie w zależności od przedstawionej oferty). | \*do 5.10 |

\*) chyba że strony ustalą inne terminy poszczególnych działań na etapie jej realizacji.

Zamawiający zastrzega możliwość rezygnacji z wybranych działań promocyjnych na rzecz zwiększenia liczby innych działań wskazanych w OPZ. Wszelkie zmiany Zostaną ustalone z Wykonawcą na etapie realizacji i nie będą wpływały na wzrost wynagrodzenia.

Zamawiający zastrzega możliwość skorzystania z prawa opcji – art. 441 pzp. w ramach którego Zamawiający zrezygnuje z realizacji:

- 4 rolek promujących partnerów, o których mowa w II.3 OPZ,

- kampanii w 5 lokalnych serwisach informacyjnych, o których mowa w II.7 OPZ.

-publikacji na lokalnych grupach/forach w social mediach, o których mowa w II.9 OPZ.

Ilekroć w zamówieniu jest mowa o „dniach” należy przez to rozumieć dni kalendarzowe.