



Załącznik nr 2B do SIWZ DZP.381.23.2012.UG

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA W ZAKRESIE CZĘŚCI B

Dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na zadanie pod nazwą:

**„USŁUGA W ZAKRESIE PROMOCJI PROJEKTU UNIWERSYTET PARTNEREM GOSPODARKI OPARTEJ
NA WIEDZY (UPGOW) NA AUTOBUSACH (FULLBACK) ORAZ CITY LIGHTACH”**

nr rej. DZP.381.23.2012.UG

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie projektu i ekspozycji reklamy projektu „Uniwersytet Partnerem Gospodarki Opartej na Wiedzy” (UPGOW) na autobusach (fullback), który realizowany jest przez Uniwersytet Śląski na podstawie umowy Nr UDA-POKL.04.01.01-00-215/08-00 z dnia 19.09.2008 r. w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, priorytet IV Szkolnictwo Wyższe, Działanie 4.1 Wzmocnienie i rozwój potencjału dydaktycznego uczelni oraz zwiększenie liczby absolwentów kierunków o kluczowym znaczeniu dla gospodarki opartej na wiedzy, Poddziałanie 4.1.1 Wzmocnienie potencjału dydaktycznego uczelni. Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
2. Zakres zamówienia obejmuje w szczególności wykonanie projektów reklam i ich realizację oraz zakup mediów (powierzchni reklamowych) na potrzeby regionalnej kampanii promocyjnej, obejmującej swym zasięgiem województwo śląskie i opolskie.
3. Kampania prowadzona będzie za pomocą fullbacków, tj. reklam umieszczanych na pełnym tyle autobusów komunikacji miejskiej,—wykonanych z folii monomerycznej w części blaszanej burty oraz z folii półprzepuszczalnej One Way Vision (OWV) na szybie pojazdu w dwóch edycjach:
 - 1) Pierwsza edycja: po zawarciu umowy przez okres 30 kolejnych dni oraz od 1 września 2012r. do 30 września 2012r.
 - 2) Druga edycja: od 1 czerwca 2013r. do 30 czerwca 2013r. oraz od 1 września 2013r. do 30 września 2013r.
4. Miejscowości, w których będą rozmieszczone fullbacki oraz ilości autobusów w poszczególnych edycjach określa poniższe zestawienie:

I edycja:

Miasto	Liczba nośników (ilość autobusów)
Bielsko-Biała	2
Rybnik	2
Opole	2
Częstochowa	2
Oświęcim/Wadowice	2
Kędzierzyn Koźle	2
Górnośląski Okręg Przemysłowy (Katowice, Bytom, Piekary Śląskie, Siemianowice	8



Załącznik nr 2B do SIWZ DZP.381.23.2012.UG

Śląskie, Sosnowiec, Dąbrowa Górnicza, Będzin, Tychy, Gliwice, Zabrze)	
Razem:	20

II edycja:

Miasto	Liczba nośników (ilość autobusów)
Bielsko-Biała	2
Rybnik	2
Częstochowa	2
Opole/Kędzierzyn	2
Wadowice/Kęty/Andrychów/ Oświęcim	2
Razem:	10

5. Autobusy, na których umieszczone będą reklamy komunikacji miejskiej muszą być w dobrym stanie technicznym: sprawne, nieskorodowane. Trasa autobusów komunikacji miejskiej musi: wynosić min. 4 km, przecinać centrum miasta i posiadać co najmniej jeden przystanek w centrum miasta bądź przy dużym centrum handlowym, autobus na danej linii musi kursować min. 1 raz na godzinę we wszystkie dni robocze i przynajmniej raz na dwie godziny w weekendy i święta w tygodniu.
6. Przedmiot umowy, będzie realizowany zgodnie z poniższymi zasadami:
 - 1) Zamawiający dla każdej z edycji kampanii, przekaze Wykonawcy materiały i informacje (w tym wymagane loga i oznakowania) potrzebne do wykonania reklam pocztą elektroniczną na wskazany przez Wykonawcę adres e-mail bądź na nośniku elektronicznym, bezpośrednio do siedziby Wykonawcy.
 - 2) Wykonawca wykona 4 różny reklamy (po 2 na każdą edycję).
 - 3) Dla każdej z reklam Wykonawca sporządzi projekt w dwóch wersjach i prześle go do Zamawiającego za pośrednictwem poczty elektronicznej celem wyboru jednego projektu. *Zamawiający* dokona wyboru i akceptacji projektu lub zgłosi zastrzeżenia do przedstawionych projektów w terminie do 7 dni od ich otrzymania.
 - 4) Reklama może zostać skierowana do wykonania (druku), dopiero po ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego.
7. Zamawiający dla każdej z kampanii, przekaze Wykonawcy materiały i informacje (w tym wymagane loga i oznakowania) potrzebne do wykonania reklam drogą e- mailową na wskazany przez Wykonawcę adres e-mail bądź na innym nośniku elektronicznym, bezpośrednio do siedziby Wykonawcy.
8. Wykonane reklamy muszą być spójne z linią kolorystyczną UŚ i zawierać wszystkie konieczne loga i oznaczenia.
9. W przypadku nie wynikającej z winy Zamawiającego zmiany w projekcie lub reklamie (np. zmiana logo Funduszy Strukturalnych), Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzenia tej zmiany, nawet jeśli doszło już do akceptacji projektu ale nie rozpoczęto jeszcze procesu wykonania reklamy.



Załącznik nr 2B do SIWZ DZP.381.23.2012.UG

10. W przypadku zniszczenia full-backu (nie z winy Zamawiającego) zostanie on niezwłocznie naprawiony lub wymieniony przez Wykonawcę, bez dodatkowego wynagrodzenia.