

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia są usługi szkoleniowe realizowane w ramach projektu pt.: „Zintegrowany Program Rozwoju Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach”. Projekt, a tym samym przedmiot zamówienia jest współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój, Oś priorytetowa: III. Szkolnictwo wyższe dla gospodarki i rozwoju. Działanie: 3.5 Kompleksowe programy szkół wyższych, nr umowy o dofinansowanie POWR.03.05.00-00-Z117/17-00

Warsztaty / seminaria skierowane są do studentów/studentek studiów stacjonarnych Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego

Podział na części:

Część A - Przeprowadzenie warsztatów przez specjalistów/ekspertów zewnętrznych dla studentów Wydziału Nauk Społecznych z zakresu public relations lub digital marketing, komunikacji korporacyjnej, media relations, CSR etc., zapoznanie studentów ze specyfiką firmy i sposobami realizacji działań związanych z budową strategii komunikacyjnych.

Część B – Przeprowadzenie seminarium lub konwersatorium przez pracodawców-ze studentami Wydziału Nauk Społecznych w zakresie specyfiki działania firmy zajmującej się public relations lub digital marketing.

Część C – Przeprowadzenie seminarium lub konwersatorium przez pracodawców ze studentami Wydziału Nauk Społecznych w zakresie specyfiki działania Agencji public relations w zakresie prowadzenia kampanii wyborczej.

W zakres usługi wchodzi:

- przeprowadzenie warsztatów, seminariów lub konwersatorium
- wystawienie przez Wykonawcę zaświadczenia o ukończeniu warsztatów

Przez godzinę lekcyjną Zamawiający rozumie 45 minut.

1. Szczegółowy opis:

Część A:

Zajęcia zostaną przeprowadzone przez specjalistów/ekspertów zajmujących się public relations lub digital marketing, realizujące projekty z zakresu komunikacji korporacyjnej, media relations, CSR itp. Celem współpracy jest poznanie specyfiki pracy specjalistów/ekspertów i sposobów realizacji działań związanych z budową strategii komunikacyjnych.

Agencje public relations zajmują się budowaniem wizerunku firmy i tworzeniem relacji marki z odbiorcą. Studenci poznają praktyczne zastosowanie zasad komunikacji politycznej, szczególnie tej zapośredniczonej przez media, zasad prowadzenia kampanii wyborczej, wykorzystania w niej poszczególnych kanałów komunikacyjnych, w tym mediów społecznościowych, zasad analizy poszczególnych przypadków prowadzonych przez specjalistów/ekspertów, określenie roli profesjonalnych komunikatorów w praktyce kampanijnej.

Zakres tematyki warsztatów powinien obejmować:

1. część szkoleniową związaną z przygotowaniem kandydata do wykonywania zawodu
2. część szkoleniową związaną z kształtowaniem różnego rodzaju umiejętności i kompetencji społecznych potrzebnych do wykonywania danego zawodu i prawidłowego funkcjonowania w środowisku pracy
3. powyższe elementy powinny zawierać część teoretyczną i warsztatową

Liczba godzin na edycję – max. 23h

Liczba uczestników w ramach 1 edycji – min. 10 osób, max. 20 os.

Liczba edycji: max 2

Część B:

Zajęcia zostaną przeprowadzone przez pracodawców z obszaru public relations lub digital marketing, realizujących projekty z zakresu komunikacji korporacyjnej, media relations, CSR itp. Celem współpracy jest poznanie specyfiki firm i sposobów realizacji działań związanych z budową strategii komunikacyjnych.

Agencje public relations zajmują się budowaniem wizerunku firmy i tworzeniem relacji marki z odbiorcą. Studenci poznają praktyczne zastosowanie zasad komunikacji politycznej, szczególnie tej zapośredniczonej przez media, zasad prowadzenia kampanii wyborczej, wykorzystania w niej poszczególnych kanałów komunikacyjnych, w tym mediów społecznościowych, zasad analizy poszczególnych przypadków prowadzonych przez firmę, określenie roli profesjonalnych komunikatorów w praktyce kampanijnej.

Zakres tematyki spotkania powinien obejmować:

1. określenie ogólnej misji, wizji i podstawowych celów działalności firmy, instytucji, organizacji etc.
2. prezentację ogólnej specyfiki pracy w firmie, instytucji, organizacji etc.

Liczba godzin – max. 5h

Liczba uczestników – min. 15 osób, max. 30 os.

Liczba edycji: 1

Część C:

Zajęcia mają na celu zapoznanie studentów z procesem budowania wizerunku firmy i tworzeniem relacji marki z odbiorcą

Zakres tematyki warsztatów powinien obejmować:

1. określenie misji, wizji i podstawowych celów działalności firmy, instytucji, organizacji etc. w zakresie kampanii wyborczej.
2. prezentację specyfiki pracy w firmie, instytucji, organizacji etc. w kontekście o kampanii wyborczej.

Liczba godzin – max. 5h

Liczba uczestników – min. 15 osób, max. 30 os.

Liczba edycji: 1

2. Termin realizacji zamówienia:

- a) Wymagany termin realizacji zamówienia: **od dnia podpisania umowy do dnia 30.09.2022.**
- b) realizacja usługi szkoleniowej winna odbywać się zgodnie z harmonogramem przygotowanym przez Zamawiającego po zawarciu umowy i przesłanym do Wykonawcy drogą mailową najpóźniej do 5 dni roboczych przed rozpoczęciem każdego z zajęć dla danej grupy. Dni i godziny zajęć będą uzależnione od planu zajęć studentów.
- c) Godziny zajęć winny być dostosowane do planu zajęć studentów.
- d) Wszystkie zajęcia powinny się odbywać w przedziale pomiędzy 8.00 - 19. 30 od poniedziałku do niedzieli.
- e) Wykonawca jest zobowiązany dostosować się do zmian harmonogramu wprowadzonych przez Zamawiającego.
- f) Każdorazowe nieprzeprowadzenie zajęć zgodnie z harmonogramem z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy Zamawiający uznaje za niewykonanie przedmiotu umowy.

3. Miejsce realizacji zamówienia:

Zajęcia odbędą się z wykorzystaniem zdalnej techniki nauczania e-learning za pomocą platformy Microsoft Teams Uniwersytetu Śląskiego.

4. Liczba uczestników:

Liczba grup oraz maksymalna liczba uczestników zostały określone powyżej, ostateczna liczba uczestników zależeć będzie od liczby osób zainteresowanych udziałem w zajęciach. Nie można łączyć grup, ani wprowadzać na zajęcia dodatkowych osób niebędących uczestnikami Projektu.

5. Rekrutacja, informacja oraz organizacja zajęć:

Za rekrutację na zajęcia odpowiedzialny jest Zamawiający. Zamawiający zobowiązuje się dostarczyć **listę uczestników/uczestniczek zajęć** oraz **listę rezerwową** najpóźniej **1 dzień roboczy** przed planowanym terminem rozpoczęcia zajęć dla danej grupy. W przypadku niezgłoszenia się studenta na zajęcia do udziału w zajęciach ma prawo pierwsza osoba z listy rezerwowej. Wykonawca zobowiązany jest do udokumentowania obecności na zajęciach uczestników w postaci zrzutów ekranu w momencie rozpoczęcia i zakończenia zajęć w każdym dniu z widoczną datą i godziną wykonania zrzutu.

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego ze szkoleń pre oraz post testów, których wzór zostanie przedłożony do akceptacji Zamawiającemu nie później niż **na 5 dni roboczych** przed planowanym rozpoczęciem realizacji pierwszego z zajęć. **Ostateczna akceptacja** przez Zamawiającego nadesłanych wzorów musi nastąpić najpóźniej **na 2 dni robocze** przed planowanym rozpoczęciem zajęć, których dotyczy. Testy mają umożliwić zdiagnozowanie poziomu kompetencji, których dotyczą dane zajęcia, przed i po jego zakończeniu.

Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego poinformowania Zamawiającego o niezgłoszeniu się uczestników na zajęcia, przerwaniu zajęć lub rezygnacji z uczestnictwa oraz każdorazowej nieobecności skierowanych osób na zajęcia, oraz w innych sytuacjach które mają wpływ na ewentualne niezrealizowanie programu zajęć i umowy.

Wykonawca zobowiązany jest do umożliwienia osobom wskazanym przez Zamawiającego przeprowadzenia w każdym czasie kontroli realizacji zajęć w tym w szczególności ich przebiegu, treści, wykorzystywanych materiałów, frekwencji uczestników oraz prowadzenia wizyt monitorujących.

6. Materiały informacyjne: przygotowanie, oprawa, druk i dystrybucja:

Wykonawca jest zobowiązany do:

1. Przygotowania **materiałów szkoleniowych** w języku polskim. Materiały szkoleniowe rozumiane są co najmniej jako prezentacja wyświetlana przez Wykładowcę podczas zajęć, z miejscem na notatki przy każdym slajdzie. Ilość stron materiałów szkoleniowych uzależniona od wykładowcy. W skład materiałów szkoleniowych mogą wchodzić dodatkowe, niezbędne z punktu widzenia Wykonawcy materiały. Materiały szkoleniowe muszą być bindowane, czarno-białe lub kolorowe, z miejscem na notatki własne uczestników szkolenia, format A4, druk jednostronny lub dwustronny, strony numerowane.
2. Przygotowania **programu zajęć/sylabusu** sformułowanego w języku efektów kształcenia, zgodnie ze wzorem przesłanym do Wykonawcy **do 5 dni roboczych od dnia zawarcia umowy**.
3. Przeprowadzenia w **ostatnim dniu** zajęć dla każdej grupy **ankiety** (przygotowanej w wersji elektronicznej przez Zamawiającego) dotyczącej indywidualnej oceny zajęć przez każdego z uczestników/uczestniczek i przekazania tych ankiet oraz zestawionych wyników do Zamawiającego w wersji papierowej. Ponadto Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania ankiety zbiorczej, której wzór zostanie dostarczony przez Zamawiającego wraz ze wzorem ankiety.
4. Przygotowania wzoru zaświadczenia o udziale w zajęciach, przedłożenia do akceptacji Zamawiającemu w terminie do 1 dnia roboczego przed rozpoczęciem realizacji pierwszego z zajęć, a następnie dostarczenia Zamawiającemu zaświadczeń (1 oryginał dla uczestnika zajęć, 1 kopia dla Zamawiającego potwierdzona za zgodność z oryginałem). Za ich dystrybucję wśród uczestników zajęć odpowiada Zamawiający. Zaświadczenie winno być formatu A4, orientacji tekstu pionowej lub poziomej, gramatura papieru: minimum 200 gr/m². Rodzaj papieru oraz ewentualne powlekanie dowolne, nie wymagane
5. Przygotowania pre testu oraz post testu uwzględniających program oraz zakres merytoryczny zajęć. Testy te muszą być imienne, nie anonimowe.
6. Na programie, zaświadczeniach, testach pre i post oraz ankiecie powinna znaleźć się informacja, iż zajęcia współfinansowane są ze środków Unii Europejskiej zgodnie z aktualnymi na dzień przeprowadzenia zajęć Wytycznymi oraz zasadami promocji Projektu. Informacje na temat prawidłowego oznaczenia materiałów i dokumentów dostarczy Zamawiający w terminie nie późniejszym niż 5 dni roboczych od daty zawarcia umowy.

7. Dokumentacja związana z realizacją kursu:

Wykonawca zobowiązany będzie do przekazania Zamawiającemu dokumentów w terminie **do 5 dni roboczych** od dnia zakończenia **warsztatów dla każdej grupy**, a w szczególności:

1. List obecności w postaci zrzutów ekranu w momencie rozpoczęcia i zakończenia zajęć w każdym dniu z widoczną datą i godziną wykonania zrzutu
2. Jednego kompletu materiałów szkoleniowych,
3. Wydrukowanych i sprawdzonych Pre i posttestów, przeprowadzonych elektronicznie w pierwszym i ostatnim dniu zajęć dla każdej grupy,
4. Ankiet oceniających przeprowadzonych elektronicznie wśród uczestników zajęć oraz ankiety zbiorczej w wersji elektronicznej
5. Oryginałów oraz kopii zaświadczeń dla uczestników kursu

Niedotrzymanie ww. terminu Zamawiający uzna jako nienależyte wykonywanie przedmiotu umowy.

8. Prawa autorskie:

Z dniem odbioru przedmiotu umowy Wykonawca przenosi na Zamawiającego, w ramach wynagrodzenia określonego w umowie, autorskie prawa majątkowe do wytworzonych w ramach realizacji niniejszego zamówienia materiałów noszących cechy utworu w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 04 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Zamawiający będzie miał prawo do rozporządzania i korzystania z tych materiałów, w całości lub we fragmentach, bez ograniczeń czasowych i terytorialnych, zgodnie z ich przeznaczeniem, we wszystkich wymienionych poniżej polach eksploatacji, w tym prawo do:

- 1) utrwalenia i zwielokrotniania w całości lub we fragmentach dowolną techniką, w tym m.in. drukarską, reprograficzną, cyfrową, audiowizualną, na jakichkolwiek nośnikach, bez ograniczeń co do ilości i wielkości nakładu,
- 2) wprowadzania do pamięci komputera,
- 3) wprowadzania do obrotu,
- 4) w zakresie rozpowszechniania utworu – publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie w całości lub we fragmentach za pomocą wizji i fonii przewodowej albo bezprzewodowej ze stacji naziemnej lub za pośrednictwem satelity, wprowadzanie w całości lub we fragmentach do pamięci komputera, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym:
 - sieć – zwłaszcza strony internetowe Zamawiającego,
 - prasa – zwłaszcza „Gazeta Uniwersytecka US”,
 - czasopisma i publicystyka dotycząca Zamawiającego,
- 5) udzielania licencji na wykorzystanie,
- 6) wprowadzania poprawek, zmian, modyfikacji, uzupełnień kontynuacji lub wykorzystania dokumentacji przez osoby trzecie.

9. Warunki udziału w postępowaniu:

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy dla realizacji przedmiotowego zamówienia dysponują lub będą dysponować 1 osobą która posiada łącznie:

Jeden Wykonawca może złożyć ofertę na jedną lub kilka części, pod warunkiem spełnienia wymogu w każdej z części na którą będzie składał ofertę.

W części A:

- a. wykształcenie wyższe z tytułem min. magistra;
- b. przeprowadziła w ciągu ostatnich 3 lat min. 3 szkolenia i/lub warsztaty i/lub zajęcia i/lub wykłady i/lub kursy z zakresu public relations i /lub strategii komunikacyjnych

W części B:

- a. wykształcenie wyższe z tytułem min. magistra;
- b. min. 2-letnie doświadczenie zawodowe w public relations lub digital marketing

W części C:

- a. wykształcenie wyższe z tytułem min. magistra;
- b. min. 2-letnie doświadczenie zawodowe w agencji public relations

Weryfikacja spełnienia warunków nastąpi na podstawie złożonego oświadczenia – załącznika nr 4 do oferty.

Zamawiający zastrzega sobie jednak prawo do wezwania Wykonawcy celem okazania dokumentów potwierdzających spełnienie warunków na każdym etapie postępowania.

10. Warunki płatności

Rozliczenie w danej części odbywać się będzie po zakończeniu realizacji danych warsztatów czy seminariów w danej edycji i po podpisaniu przez Zamawiającego protokołu odbioru z danego warsztatu czy seminarium w danej edycji, który stanowi podstawę do wystawienia rachunku/faktury.

Warunkiem podpisania protokołu odbioru usługi będzie dostarczenie do Zamawiającego w określonym terminie (do 5 dni roboczych) dokumentów wymienionych w punkcie 7.

Wynagrodzenie wypłacone będzie w oparciu o cenę jednostkową za 1 h zajęć oraz faktyczną liczbę godzin zrealizowanych zajęć. Zamawiający zobowiązuje się dokonać zapłaty należności na rachunek Wykonawcy podany na fakturze/rachunku w terminie 14 dni od daty jej otrzymania. Wykonawca wystawi protokół odbioru oraz rachunek/fakturę osobno do każdego warsztatów / seminarium w każdej z edycji.