



Załącznik nr 2A do SIWZ DZP.381.23.2012.UG
z uwzględnieniem zmian wprowadzonych 15.06.2012r.

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA W ZAKRESIE CZĘŚCI A

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) city lightach, 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 city lightów - oszklonych, podświetlonych paneli reklamowych, w których umieszczony jest plakat o wymiarach 180 x 120 cm. (wys. x szer.) – pion, w dwóch edycjach:
 - 1) Pierwsza edycja: po zawarciu umowy przez okres 15 kolejnych dni oraz od 1 czerwca 2013r. do 15 czerwca 2013r.
 - 2) Druga edycja: od 1 września 2012r. do 15 września 2012r. oraz od 1 września 2013r. do 15 września 2013r.
4. Miejscowości, w których będą rozmieszczone city lighty oraz ich ilości w poszczególnych edycjach określa poniższe zestawienie:

I edycja:

Miasto	Liczba city lightów (sztuki)
Górnośląski Okręg Przemysłowy (Katowice, Bytom, Piekary Śląskie, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Dąbrowa Górnicza, Będzin, Tychy, Gliwice, Zabrze)	40
Opole	15



Załącznik nr 2A do SIWZ DZP.381.23.2012.UG
z uwzględnieniem zmian wprowadzonych 15.06.2012r.

Częstochowa	7
Bielsko-Biała	8
Razem:	70

II edycja:

Miasto	Liczba city lightów (sztuki)
Górnośląski Okręg Przemysłowy (Katowice, Bytom, Piekary Śląskie, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Dąbrowa Górnicza, Będzin, Tychy, Gliwice, Zabrze)	18
Opole	10
Częstochowa	7
Razem:	35

5. City lighty powinny być zlokalizowane w centrach miast oraz w pobliżu dużych centrów handlowych (nie mogą być zlokalizowane na peryferiach miast) na przystankach komunikacji miejskiej, muszą być w dobrym stanie technicznym tj. nie mogą mieć zniszczonej konstrukcji, muszą być stabilne, nie stopione/przypalone, szyby nie rozbite, nie mogą być porysowane bądź poniszczone zbędnymi malunkami (np. graffiti).
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 różne 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.



Załącznik nr 2A do SIWZ DZP.381.23.2012.UG
z uwzględnieniem zmian wprowadzonych 15.06.2012r.

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