



Zaproszenie do składania ofert na:

Opracowanie, optymalizacja i przeprowadzenie kampanii w mediach społecznościowych dla kandydatów na studia z Azerbejdżanu (oznaczenie sprawy: PU/09-2019/DOP-p)

1. **Zamawiający:** Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie,
plac Marii Curie-Skłodowskiej 5; 20-031 Lublin,
strona internetowa: www.umcs.pl, tel./ faks (81) 537 53 84
2. **Tryb udzielenia zamówienia:**
Postępowanie prowadzone jest na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2018r. poz. 1986 ze zmianami) oraz zgodnie z obowiązującym Regulaminem zamówień publicznych o wartości nie przekraczającej 30 000 euro – Zarządzenie Nr 25/2017 Rektora Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie z dnia 30 maja 2017r. w sprawie wprowadzenia regulaminu udzielania zamówień publicznych w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej.
3. **Przedmiot zamówienia:**
 1. Przedmiotem zamówienia jest usługa opracowania, przeprowadzenia i bieżąca optymalizacja rozbudowanych kampanii w mediach społecznościowych, promujących rekrutację i ofertę kształcenia na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie wśród młodzieży z Azerbejdżanu w wieku 17-25 lat.
 2. Szczegółowy opis dotyczący przedmiotu zamówienia zawarty jest w załączniku do zaproszenia.
 3. Zamawiający zamierza przeznaczyć kwotę 35 000,00 zł brutto na realizację zamówienia.
 4. Określenie przedmiotu zamówienia za pomocą **kodów CPV:**
79341400-0-Uслуги проведения кампаний рекламных
Zadanie finansowane jest ze środków Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej w ramach projektu pt. „Zwiększenie potencjału promocyjno-rekrutacyjnego Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej na rynku kaukaskim – Misja Azerbejdżan” (UMOWA NR PPI/NPZ/2018/1/00144/U/001 w ramach programu Nowoczesna Promocja Zagraniczna).
4. **Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.** Wykonawca może złożyć ofertę wyłącznie na całość zamówienia. Ofertę należy złożyć zgodnie ze wzorem formularza oferty stanowiącym załącznik do zaproszenia.
5. **Osoby upoważnione do kontaktu:**
 - a) sprawy merytoryczne:
Marta Kostrzewska tel. (81) 537 50 36;
Marcin Gołębiowski, tel. 81 537 57 64, email: marcin.golebiowski@poczta.umcs.lublin.pl,
 - b) sprawy formalne:
Dorota Walencik, tel./ faks (81) 537 53 84, email: dorota.walencik@poczta.umcs.lublin.pl
6. **Termin wykonania zamówienia** od dnia zawarcia umowy do dnia 30 września 2019 roku.
7. **Termin związania ofertą:** okres związania ofertą wynosi **30 dni** licząc od upływu terminu składania ofert.
8. **Warunki udziału w postępowaniu i wymagane dokumenty:**
O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki dotyczące:
 - 1) Posiadania wiedzy i doświadczenia:
 - a) posiadają doświadczenie w prowadzeniu co najmniej 2 kampanii reklamowych w internecie z budżetami powyżej 30 000,00zł (wykaz wydatków na podstawie przedłożenia podsumowania wydatków z kont reklamowych systemów Google Ads oraz Facebook Ads).
 - b) posiadają minimum 3letnie doświadczenie w branży reklamy oraz marketingu internetowego.



o dysponują zespołem posiadającym wiedzę merytoryczną i umiejętności praktyczne z zakresu objętego przedmiotem zamówienia.

- 1) W zakresie braku podstaw do wykluczenia, Zamawiający żąda dołączenia do oferty:
 - a) oświadczenia o niepodleganiu wykluczeniu z udziału w postępowaniu na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 12-22 ustawy (w formie oryginału) – zgodnie z wzorem formularza stanowiącym Załącznik do zaproszenia.

Wykonawca, który polega na zasobach innych podmiotów musi udowodnić Zamawiającemu, że realizując zamówienie będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów w szczególności przedstawiając zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji.

Spełnienie warunków udziału w postępowaniu weryfikowane będzie na podstawie stosownego oświadczenia złożonego, według załącznika nr 4 oraz załącznika nr 5 do niniejszego zaproszenia, wraz z załączeniem dowodów dotyczących wykazanych usług.

9. Opis sposobu przygotowania oferty:

- 1) Ofertę należy sporządzić zgodnie z wzorem formularza oferty stanowiącym załącznik do zaproszenia.
- 2) Oferta winna być podpisana przez osobę (osoby) uprawnione do występowania w imieniu Wykonawcy (do oferty winny być dołączone pełnomocnictwa, zgodnie z wymaganiami Kodeksu cywilnego). Wszystkie załączniki do oferty, stanowiące oświadczenia powinny być również podpisane przez upoważnionego przedstawiciela. Zakres reprezentacji przedsiębiorcy musi wynikać z dokumentów przedstawionych przez Wykonawcę.
- 3) Do oferty należy dołączyć wszystkie oświadczenia i dokumenty wymienione w pkt 8 zaproszenia oraz pełnomocnictwo, a także koncepcję kreatywną przeprowadzenia kampanii zawierającą wszystkie elementy potrzebne do oceny w kryterium koncepcja przeprowadzenia kampanii reklamowej w internecie opisanym szczegółowo w pkt 12 ppkt 1) niniejszego zaproszenia oraz Opisie przedmiotu zamówienia.
- 4) Wszystkie strony oferty, a także miejsca, w których Wykonawca naniósł zmiany, winny być parafowane przez osobę podpisującą ofertę.
- 5) Wykonawca powinien umieścić ofertę w zamkniętej kopercie (opakowaniu), uniemożliwiającej odczytanie zawartości bez uszkodzenia opakowania. Opakowanie winno być oznaczone nazwą (firmą) i adresem Wykonawcy, zaadresowane na adres Zamawiającego:

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Plac Marii Curie Skłodowskiej 5, 20-031 Lublin, Rektorat, piętro XII, pokój 1201, oraz opisane:

„Oferta na(wpisać nazwę postępowania, oznaczenie sprawy); **Nie otwierać przed dniem** (wpisać datę i godzinę otwarcia ofert).

- 6) Koszty opracowania i złożenia oferty ponosi Wykonawca.
- 7) Wykonawca może złożyć w prowadzonym postępowaniu wyłącznie jedną ofertę obejmującą całość zamówienia.

10. Opis sposobu obliczenia ceny oferty.

- 1) Wykonawca określi cenę całkowitą oferty brutto dla przedmiotu zamówienia, zgodnie z wzorem stanowiącym załącznik do zaproszenia.
- 2) Cena podana w ofercie winna obejmować wszystkie koszty (np. podatkowe i inne), opłaty, jakie powstaną w związku z wykonaniem zamówienia oraz z warunkami i wymaganiami stawianymi przez Zamawiającego.
- 3) Wszystkie obliczenia winny być dokonywane zgodnie z zasadami arytmetyki z zaokrągleniem wyników do dwóch miejsc po przecinku.

11. Miejsce i termin składania i otwarcia ofert:

- 1) Ofertę w formie pisemnej należy złożyć w siedzibie Zamawiającego: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Plac Marii Curie-Skłodowskiej 5, 20-031 Lublin, Rektorat piętro XII, pokój 1201 w terminie do dnia **07.02.2019r.** do godz. **11:00**.
- 2) Oferty zostaną otwarte w dniu: **07.02.2019r. o godz. 11:15**, w siedzibie Zamawiającego: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Plac Marii Curie-Skłodowskiej 5, 20-031 Lublin, Rektorat piętro XII, pokój 1202.
- 3) Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
- 4) Wykonawca może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.

12. Kryteria oceny ofert.

- 1) Kryteria oceny ofert :

cena * - 40%

koncepcja kreatywna przeprowadzenia kampanii reklamowej w internecie ** - 60%

* - ocenie będzie podlegała cena brutto podana przez Wykonawcę w formularzu oferty.

** - ocenie będzie podlegała koncepcja kreatywna przeprowadzenia kampanii dołączona do oferty

Przy dokonywaniu oceny, Zamawiający posłuży się następującymi wzorami:

przy kryterium cena: $C = (C_n / C_o) \times 40$ pkt, gdzie:

C – przyznane punkty w kryterium cena;

C_n – najniższa cena ofertowa (brutto) spośród wszystkich ważnych ofert;

C_o – cena oferty ocenianej (brutto).

Oferta najkorzystniejsza, w tym kryterium, może otrzymać maksymalnie 40 punktów.



przy kryterium koncepcja przeprowadzenia kampanii reklamowej w Internecie:

K = przyznane punkty w kryterium: koncepcja kreatywna przeprowadzenia kampanii reklamowej w Internecie

Oferta Wykonawcy w tym kryterium zostanie oceniona zgodnie z poniższym opisem :

Ocena zostanie dokonana na podstawie koncepcji przedstawionej przez Wykonawcę. Zamawiający wymaga złożenia koncepcji na: **przeprowadzenia kampanii reklamowej w Internecie**, będących podstawą oceny. Zamawiający wymaga, aby treść koncepcji kreatywnej zawarta została maksimum się na 2 stronach A4.

W koncepcji muszą być zawarte założenia określone w Opisie Przedmiotu Zamówienia.

Koncepcja kreatywna przeprowadzenia kampanii reklamowej w Internecie będzie oceniana pod kątem:

- a) Zaoferowanego całkowitego zasięgu kampanii reklamowej w Internecie : 0- 10 pkt.
 - i. Zasięgi osiągnięte poprzez kampanie promocyjne na Facebook'u – 0-6 pkt.
 - ii. Zasięgi osiągnięte poprzez promocję pozostałymi, wymienionymi w OPZ kanałami społecznościowymi: 0-4 pkt.
- b) Kosztu dotarcia kampanii reklamowej do 1000 osób : 0-10 pkt.
 - i. Koszt dotarcia w zakresie kampanii wizerunkowych – 0-5 pkt.
 - ii. Koszt dotarcia w zakresie kampanii rekrutacyjnych – 0-5 pkt.

Przy dokonywaniu oceny, Zamawiający posłuży się następującym wzorem:

przy kryterium koszt: $K = (Kd_n / Kd_o) \times 5 \text{ pkt}^*$, gdzie:

K – przyznane punkty w kryterium koszt;

Kd_n – najniższy koszt spośród wszystkich ważnych ofert;

Kd_o – koszt w ofercie ocenianej.

*dotyczy podkryterium i oraz ii

- c) Kategoryzacji behawioralnej odbiorców, ocenianej pod kątem szczegółowości, tj. liczby zastosowanych kategorii, np. kryterium demograficzne, geograficzne.: 0-10 pkt,
 - i. Umiejętność określenia preferencji internauty – 0-5 pkt.
 - ii. Uwzględnienie szczególnych aspektów postępowania użytkownika socialmedia
- d) Zastosowania kampanii opartych o konwersje niestandardowe 0-10 pkt.
 - i. użycie przez Wykonawcę narzędzia analitycznego Facebook pomagającego mierzyć skuteczność reklam na podstawie analizy działań podjętych w witrynie – 0-10 pkt.
- e) Zastosowania kampanii opartych o niestandardowe grupy odbiorców 0-10 pkt.
- f) Spełnienie standardów kampanii wizerunkowej oraz wprowadzenie pozycjonowania strony umcs.pl 0-10 pkt.

Oferta najkorzystniejsza, w tym kryterium, może otrzymać maksymalnie 60 punktów.

2) Sposób obliczenia ostatecznej oceny ofert: $S = C + K$, gdzie:

S – suma przyznanych punktów ze składowych będących cząstkowymi kryteriami oceny ofert;

C, K – zgodnie z powyższymi definicjami.

Łącznie oferta najkorzystniejsza może uzyskać maksymalnie 100 pkt.

- 3) W celu obliczenia punktów wyniki poszczególnych działań matematycznych będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku lub z większą dokładnością, jeśli będzie to konieczne.
- 4) Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta odpowiada wszystkim wymaganiom przedstawionym w zaproszeniu i została oceniona jako najkorzystniejsza w oparciu o podane kryteria oceny ofert.

13. Wyjaśnienia treści złożonych ofert, dokumentów, oświadczeń oraz poprawianie omyłek:

Zamawiający w toku badania i oceny oferty może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert oraz treści złożonych oświadczeń i dokumentów, a także wzywać do uzupełnienia oświadczeń i dokumentów.

14. Zawarcie umowy:

- 1) Zamawiający zawrze umowę według wzoru stanowiącego załącznik do umowy, z Wykonawcą który złożył najkorzystniejszą ofertę.
- 2) Jeżeli oferta Wykonawców ubiegających się wspólnie o udzielenie zamówienia zostanie wybrana, Zamawiający przed zawarciem umowy żądania przedłożenia umowy regulującej współpracę tych Wykonawców.
- 3) Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny.

15. Zamawiający zastrzega sobie prawo do nieudzielenia zamówienia, bez ponoszenia jakichkolwiek skutków prawnych i finansowych.

16. W sprawach nieuregulowanych Zaproszeniem stosuje się obowiązujące przepisy Kodeksu cywilnego, ustawy PZP oraz inne przepisy właściwe dla przedmiotu zamówienia.

W niniejszym postępowaniu Wykonawcom nie przysługują środki ochrony prawnej wynikające z ustawy PZP.

17. Załączniki składające się na integralną część Zaproszenia:

- 1) Załącznik nr 1 – Formularz oferty,
- 2) Załącznik nr 2 – Opis przedmiotu zamówienia,



- 3) Załącznik nr 3 – Wzór umowy;
- 4) Załącznik nr 4 – Wykaz wykonanych usług;
- 5) Załącznik nr 5 – Oświadczenie w zakresie spełniania warunków udziału w postępowaniu;
- 6) Załącznik nr 6 – Oświadczenie w zakresie braku podstaw do wykluczenia;
- 7) Załącznik nr 7 – Klauzula informacyjna z art. 13 RODO.

ZATWIERDZIŁ

2019 01. 29

Lublin, dnia

REKTOR

prof. dr hab. Stanisław Michałowski