

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (OPZ)

w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego nr **ZP/TP/2312/11/677/2022** na: **Świadczenie usług szkoleniowych z zakresu mediów społecznościowych podnoszących kwalifikacje pracowników Akademii Nauk Stosowanych w Elblągu.**

I. Warunki ogólne

1. Termin realizacji

- 1) Realizacja przedmiotu zamówienia odbywać się będzie w terminie realizacji umowy w oparciu o harmonogram sporządzony w uzgodnieniu z Zamawiającym, uaktualniany w odniesieniu do możliwości i potrzeb uczestników szkolenia.
- 2) Przy sporządzeniu harmonogramu Wykonawca uwzględni organizację roku akademickiego u Zamawiającego.
- 3) Poprzez godzinę dydaktyczną zajęć rozumie się godzinę lekcyjną =45 minut.
- 4) Wykonawca przekaze Zamawiającemu harmonogram najpóźniej w terminie 14 dni przed dniem rozpoczęcia szkoleń.
- 5) Zamawiający dopuszcza przeprowadzenie przerw w trakcie trwania każdego dnia szkoleniowego. Podana przez Zamawiającego łączna liczba godzin szkolenia nie uwzględnia czasu na przeprowadzenie ewentualnych przerw, o których mowa powyżej.
- 6) Zamawiający dopuszcza, za zgodą stron, zmiany harmonogramu, w tym liczby godzin świadczenia szkolenia określonych w OPZ oraz liczby dni szkoleniowych, pod warunkiem zrealizowania pełnego zakresu godzinowego i rzeczowego szkolenia. Powyższe nie wymaga sporządzenia aneksu do umowy w sprawie zamówienia publicznego.

2. Zamawiający w ust. II określił minimalny zakres programowy szkoleń.

- 1) Zamawiający dopuszcza zrealizowanie szkoleń w zakresie programowym większym od określonego.
- 2) Wykonawca najpóźniej wraz z harmonogramem przedstawi Zamawiającemu szczegółowy program szkolenia zawierający co najmniej zakres (zagadnienia) określony w OPZ.
- 3) Wykonawca uwzględni przy sporządzaniu programu uwagi upoważnionego przedstawiciela Zamawiającego. Przedstawiony przez Wykonawcę program szkolenia wymaga akceptacji Zamawiającego.

3. Miejsce realizacji

- 1) W przypadku gdy zapisy szczegółowe niniejszego OPZ z ust. II nie wskazują inaczej- szkolenia mają charakter zamknięty. Zamawiający nie dopuszcza możliwości udziału w szkoleniu osób spoza grupy wskazanej przez Zamawiającego.
- 2) W przypadku, gdy w ust. II, Zamawiający jako miejsce realizacji szkolenia użył pojęcia:
 - a) **zdalnie**- należy przez to rozumieć szkolenie w trybie zdalnym, tj. z wykorzystaniem teleinformatycznych środków łączności, z zastrzeżeniem że:
 - zaproponowane przez Wykonawcę środki łączności muszą uzyskać akceptację Zamawiającego,
 - zaproponowane przez Wykonawcę środki łączności nie mogą wymagać instalowania na komputerach uczestników jakichkolwiek płatnych aplikacji oraz nie mogą generować dodatkowych innych kosztów po stronie Zamawiającego,
 - Wykonawca poinstruuje uczestników na temat sposobu użytkowania proponowanych środków łączności,
 - szkolenie powinno odbywać się w czasie rzeczywistym, Zamawiający nie dopuszcza odtwarzania wcześniej nagranych materiałów, a uczestnicy szkolenia powinni mieć możliwość zadawania pytań trenerowi,
 - środki łączności powinny zapewniać transmisję dźwięku i obrazu oraz możliwość prezentacji plików graficznych, tekstowych i innych,
 - b) **siedzibę Zamawiającego** -należy przez to rozumieć szkolenie stacjonarne, w miejscu wskazanym przez Zamawiającego, zlokalizowanym w budynku/budynkach dydaktycznym/ych Zamawiającego na terenie Elbląga, Zamawiający zapewni na potrzeby realizacji szkolenia salę wykładową wraz z niezbędnym wyposażeniem dydaktycznym- o ile zapisy szczegółowe z ust. II nie wskazują inaczej.

Zamawiający nie dopuszcza świadczenia usługi w trybie zdalnym z zastrzeżeniem sytuacji związanej z ogłoszonym na terenie Polski stanem epidemii koronawirusa Sars-Cov-2, o której mowa w Projekcie umowy;

- c) **siedzibę Wykonawcy**- należy przez to rozumieć szkolenie stacjonarne, w miejscu wskazanym i zapewnionym przez Wykonawcę, na terenie Polski, w odległości maksymalnej określonej przez Zamawiającego w ust. II- Wykonawca w celu ustalenia odległości powinien posłużyć się pomiarem odległości dostępnym pod adresem: <https://www.google.pl/maps>.

Zamawiający nie dopuszcza świadczenia usługi w trybie zdalnym z zastrzeżeniem sytuacji związanej z ogłoszonym na terenie Polski stanem epidemii koronawirusa Sars-Cov-2, o której mowa w Projekcie umowy;

Wykonawca zapewni na potrzeby realizacji szkolenia salę wykładową co najmniej o parametrach jak niżej:

- wyposażoną w materiały i pomoce dydaktyczne, w tym flipchart, projektor multimedialny, ekran i rzutnik, stanowisko komputerowe z połączeniem do Internetu, o ile zakres szkolenia na to wskazuje, itp.,
 - z dostępem do prądu, wyposażoną w gniazdko elektryczne o napięciu 230v,
 - zlokalizowaną w budynku z dostępem do miejsc parkingowych,
 - spełniającą aktualne przepisy dotyczące ochrony przeciwpożarowej oraz bezpieczeństwa i higieny pracy.
- d) **do uzgodnienia**- należy przez to rozumieć realizację szkolenia w sposób określony w lit. a), b) lub c). Wykonawca wskaże w formularzu oferty proponowany sposób/miejsce realizacji. Zamawiający dopuszcza za zgodą stron oraz w uzasadnionych przypadkach, zmianę sposobu realizacji szkolenia na etapie realizacji zamówienia, w stosunku do wskazanego w ofercie. Powyższe nie będzie skutkowało zmianą wynagrodzenia Wykonawcy oraz nie będzie wymagało pisemnej zmiany umowy w formie aneksu.
- 3) Wykonawca zapewni dojazd osoby skierowanej do realizacji zamówienia (trenera) do miejsca realizacji oraz pozostałe świadczenia z tym związane.

4. Organizacja

- 1) Szkolenia odbywać się będą w języku polskim.
- 2) Wykonawca zapewni wysoki poziom merytoryczny szkolenia poprzez zapewnienie trenerów z odpowiednimi kwalifikacjami i biegłą znajomością tematyki programu szkolenia.
- 3) Prowadzący szkolenie/trener zobowiązany jest do:
 - a) punktualnego stawienia się w miejscu realizacji szkolenia,
 - b) poinformowania uczestników szkolenia o współfinansowaniu szkolenia ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego,
 - c) uwzględniania na bieżąco podczas poszczególnych szkoleń uwag i sugestii odnośnie prowadzenia szkoleń zgłaszanych przez uczestników.
- 4) Wykonawca umożliwi Zamawiającemu przeprowadzenie kontroli i monitoringu realizowanego szkolenia:
 - a) w miejscu jego realizacji -w przypadku szkolenia stacjonarnego,
 - b) poprzez przekazanie najpóźniej na 3 dni przed przeprowadzeniem szkolenia danych do logowania na platformie, na której będą prowadzone zajęcia- w przypadku szkolenia w trybie zdalnym.

5. Dokumentacja

- 1) Wykonawca zobowiązuje się do odpowiedniego oznaczenia wszystkich miejsc i dokumentów bezpośrednio związanych z realizacją zamówienia poprzez zamieszczenie na dokumentach oraz materiałach dydaktycznych, itp. logo zgodnie z aktualnymi wytycznymi w zakresie informacji i promocji POWER;
- 2) Wykonawca zobowiązuje się do:
 - a) prowadzenia oraz przekazania Zamawiającemu dokumentacji każdego szkolenia w postaci dziennika zajęć.
 - b) przeprowadzenia pre-testu i post-testu, mających na celu określenie poziomu wiedzy przed otrzymaniem wsparcia oraz po jego zakończeniu;
 - c) przygotowania i dostarczenia każdemu uczestnikowi szkolenia niezbędnych materiałów szkoleniowych w formie wydruków, w tym np. wydruku prezentacji multimedialnej, wykazu literatury polecanej w tematyce szkolenia, zgodnych z opracowanym wcześniej scenariuszem zajęć, dopasowanym do zakresu poszczególnych szkoleń;

- d) dostarczenia dokumentacji fotograficznej z oznakowania sal, w których będą prowadzone zajęcia oraz materiałów dydaktycznych (w przypadku szkolenia stacjonarnego);
 - e) wystawienia uczestnikowi szkolenia i dostarczenia w wersji wydrukowanej do siedziby Zamawiającego **w terminie do 7 dni** od daty zakończenia szkolenia odpowiednich zaświadczeń i/lub certyfikatów o ukończeniu szkolenia na podstawie imiennej listy sporządzonej w trakcie jego trwania; Zaświadczenie musi zawierać informacje dotyczące nabytych kompetencji i/lub kwalifikacji, zakres tematyczny oraz liczbę godzin szkolenia.
 - f) przygotowania protokołu zdawczo-odbiorczego, zawierającego wszelkie ustalenia dokonane w toku odbioru usługi, oznakowanego zgodnie z wytycznymi do Projektu. Protokół zdawczo-odbiorczy stanowił będzie podstawę rozliczenia z Wykonawcą. Integralną częścią protokołu będzie dokumentacja z przeprowadzonego szkolenia, o której mowa m. in. w lit. a) do e).
- 3) Zamawiający przekazuje Wykonawcy wzory dokumentów określonych w pkt. 2) w terminie 5 dni od zawarcia umowy w sprawie przedmiotowego zamówienia.
6. Liczba uczestników
- 1) Zamawiający w OPZ określił szacunkową liczbę uczestników szkolenia, w tym minimalną liczbę uczestników, tj. minimalny poziom realizacji zamówienia. Zapotrzebowanie na usługi objęte zamówieniem będzie zależało od rzeczywistych potrzeb Zamawiającego zgodnie z zapisami Projektu umowy.
 - 2) Zamawiający dopuszcza, za zgodą stron, zmianę liczebności poszczególnych grup szkoleniowych oraz zmianę liczby grup szkoleniowych w stosunku do wskazanych w ust. II. Powyższe nie będzie skutkowało zmianą wynagrodzenia Wykonawcy oraz nie będzie wymagało pisemnej zmiany umowy w formie aneksu.
7. Wyżywienie
- 1) W przypadku szkoleń zamkniętych, prowadzonych stacjonarnie w siedzibie Zamawiającego/Wykonawcy lub w miejscu przez nich wskazanych, trwających:
 - a) co najmniej 4 godziny dydaktyczne dziennie, Wykonawca zapewni każdemu uczestnikowi w każdym dniu szkolenia przerwę kawową, w trakcie której Wykonawca zapewni catering, w tym co najmniej kawę, herbatę, wodę, mleko, cukier, cytrynę, drobne słone lub słodkie przekąski typu paluszki lub kruche ciastka lub owoce.
 - b) co najmniej 6 godzin dydaktycznych dziennie Wykonawca zapewni każdemu uczestnikowi w każdym dniu szkolenia przerwę obiadową, w trakcie której Wykonawca zapewni ciepły posiłek: lunch/obiad, w tym co najmniej dwa dania (zupę i drugie danie) oraz napoje.
 - 2) Wykonawca zobowiązuje się do zapewnienia cateringu, o którym mowa powyżej:
 - a) w sali, w której będą odbywały się szkolenia lub w innym miejscu w siedzibie Zamawiającego, wyznaczonym przez Zamawiającego.
 - b) w sali, w której organizowane będzie szkolenie lub w innym miejscu sąsiadującym z salą szkoleniową lub znajdującym się w obrębie budynku/ kompleksu budynków, w którym mieści się sala szkoleniowa,
 - 3) W sytuacji określonej w pkt 2) lit. b) Wykonawca zobowiązuje się do:
 - a) organizacji cateringu,
 - b) obsługi technicznej w zakresie przygotowania cateringu oraz uprzątnięcia i odbioru pozostałości,
 - c) zapewnienia obsługi gastronomiczno-kelnerskiej wszystkich posiłków w liczbie zapewniającej sprawną organizację,
 - d) zebrania naczyń oraz nieskonsumowanych posiłków po zakończeniu szkolenia,
 - e) wyposażenia miejsc przeznaczonych do konsumpcji w krzesła, stoły, obrusy, zastawę szklaną lub ceramiczną (nie dopuszcza się naczyń plastikowych), sztućce w ilościach dostosowanych do liczby uczestników,
 - f) estetycznego podawania posiłków,
 - g) świadczenia usług cateringowych, wyłącznie przy użyciu produktów spełniających normy jakości dla artykułów spożywczych,
 - h) przestrzegania przepisów prawnych w zakresie przechowywania i przygotowywania artykułów spożywczych (m. in.. ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie Żywności i Żywnienia Dz. U. nr 171 poz.1125 z późn. zmianami).
 - 4) Zamawiający dopuszcza, żeby posiłki, o których mowa w pkt 2) lit. a) dostarczone były w termicznych jednorazowych pojemnikach, gotowych do spożycia wraz z jednorazowymi sztućcami i papierowymi serwetkami.
 - 5) Usługa cateringowa świadczona będzie wyłącznie przy użyciu produktów spełniających normy jakości dla artykułów spożywczych oraz z zastosowaniem przepisów prawnych w zakresie przechowywania i

przygotowywania artykułów spożywczych (m. in.. ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie Żywności i Żywnienia Dz. U. nr 171 poz.1125 z późn. zmianami).

II. Zakres szczegółowy

W ramach realizacji zamówienia Wykonawca przeprowadzi szkolenia z zakresu mediów społecznościowych, w tym:

- Social media
- E-commerce.

A. Social Media – popularne serwisy społecznościowe

- 1) Uczestnicy: od min. 1 do max. 2 pracowników dydaktycznych Zamawiającego.
- 2) Czas trwania: co najmniej 40 godzin dydaktycznych w trakcie 5-10 dni szkoleniowych, przy czym 1 dzień szkoleniowy nie będzie trwał dłużej niż 5 godzin.
- 3) Miejsce: siedziba Zamawiającego.
- 4) Cel: Zdobycie praktycznej wiedzy i umiejętności w zakresie komunikacji w mediach społecznościowych, możliwości reklamy i jej skuteczności w social mediach oraz przeprowadzania kampanii reklamowych w mediach społecznościowych
- 5) Zakres:
 - a) Jak social media i content marketing zmieniają i będą zmieniać komunikację biznesową?
 - b) Jakie są różnice pomiędzy mediami społecznościowymi
 - c) Czy Facebook nadal jest liderem na scenie social mediów?
 - d) Rodzaje internetowych narzędzi komunikacji społecznościowej, przykłady ich zastosowań (Facebook, Pinterest, LinkedIn, Blogi i mikroblogi: Twitter, Fora dyskusyjne etc.)
 - e) Media społecznościowe w biznesie
 - f) Jak założyć i prowadzić swój biznes na facebooku
 - g) Korzyści, typowe słabości i błędy – jak uniknąć zagrożeń
 - h) Użytkownicy serwisów społecznościowych / adresaci przekazu – klasyfikacja według typów serwisów i modeli użytkowania
 - i) Wszystko co powinniśmy wiedzieć o komunikacji za pomocą Facebooka
 - j) Budowa strategii komunikacji na Facebooku: określenie celu lub celów działania
 - k) Analiza i wybór narzędzi
 - l) Tworzenie harmonogramu, budżetu oraz KPI's projektu komunikacyjnego
 - m) Dobór metodologii i narzędzi pomiaru efektów działań
 - n) Realizacja, monitoring i estymacja kampanii
 - o) Adaptacja strategii w strukturze organizacji
 - p) Czy social media są dla mojej firmy/instytucji
 - q) Wiedza, integracja działań i struktur - podstawy efektywnych działań społecznościowych
 - r) Social media wykorzystane dobrze lub źle – galeria przypadków i przykładów
 - s) Reklama w serwisie Facebook
 - t) Jaki budżet, jaki cel wykorzystania reklam
 - u) Umieszczenie i formaty reklamy, a ich skuteczność
 - v) Płatność
 - w) Zakładanie konta reklamowego
 - x) Ads Manager – kampanie reklamowe
 - y) Jak zrobić dobrą kreację?
 - z) Jak czytać statystyki?
 - aa) Społeczność w ruchu – mobilne technologie w służbie Social Media
 - bb) Mobilny internet = mobilne społeczności – jak Internet stał się osobisty i trafił do kieszeni?
 - cc) Omówienie podstawowych platform (iPhone, Android, iPad i tablety)
 - dd) Możliwości wykorzystania kanałów mobilnych – omówienie potencjalnie przydatnych narzędzi wraz z przykładami praktycznymi – teraźniejszość i przyszłość
 - ee) Komunikacja w kilku kanałach mediów społecznościowych
 - ff) Jak opisać efekty komunikowania się przez social media
 - gg) Narzędzia wspomagające pomiar – narzędzia do monitorowania internetu, systemy statystyk ruchu w poszczególnych źródłach, dedykowane narzędzia do pomiaru social media
 - hh) Instagram, a Facebook – reklama w obu kanałach
 - ii) Łączenie konta reklamowego z kontem na Instagramie
 - jj) Google Analytics jako narzędzie analizy mediów społecznościowych
 - kk) Jakie zmiany czekają nas w przestrzeni social mediów w najbliższej przyszłości



B. E-commerce

- 1) Uczestnicy: 1 pracownik dydaktyczny Zamawiającego.
- 2) Czas trwania: co najmniej 10 godzin dydaktycznych w trakcie 3 dni szkoleniowych, w dni robocze od poniedziałku do piątku.
- 3) Miejsce: zdalnie.
- 4) Cel:
 - a) Zapoznanie uczestnika z podstawami zasad działania sklepów internetowych, wyborem oprogramowania i sposobu sprzedaży (handel własny lub dropshipping), promocją sklepów internetowych z wykorzystaniem mediów społecznościowych i wyszukiwarki Google, Zarządzaniem i funkcjonowaniem sklepu internetowego,
 - b) Nabycie przez uczestnika umiejętności praktycznych w zakresie organizacji i funkcjonowania sklepów internetowych.
- 5) Zakres:
 - a) Prawne i księgowe aspekty prowadzenia sklepu internetowego. Różnice w stosunku do sprzedaży stacjonarnej.
 - b) RODO w sklepie internetowym.
 - c) Prawa konsumenta w e-sklepie. Różnice w stosunku do sprzedaży stacjonarnej.
 - d) Biznesowe i praktyczne aspekty wyboru oprogramowania e-commerce.
 - e) Zatowarowanie i polityka magazynowa w e-commerce zgodnie z zasadami Lean Startup.
 - f) Dropshipping, czyli sklep bez towaru. Alternatywne metody dystrybucji.
 - g) Solo czy w zespole. Pracownicy w e-sklepie - szanse, zagrożenia i obowiązki.
 - h) Klient nie ma zawsze racji. Obsługa klienta w e-sklepie i kanały komunikacji.
 - i) Metody płatności w e-sklepie.
 - j) Transport towarów – popularność metod wysyłki i formy umów z kurierami oraz brokerami kurierskimi.
 - k) Wyróżnij się albo zgin – sposoby na unikatową ofertę. Jak nie popaść w banały.
 - l) Analiza konkurencji i potencjału branży. Narzędzia i ich wykorzystanie.
 - m) Potęga profilowania - co nam daje Google Ads (Adwords), Facebook i inne sieci reklamowe?
 - n) Porównywarki cenowe - strategie.
 - o) Social Media – wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji sklepu internetowego
 - p) Weryfikacja skuteczności działań marketingowo-reklamowych – podstawy Google Analytics z modułem e-commerce.
 - q) Content marketing oraz video marketing - co sklep musi, a co może?
 - r) Jakie usługi zlecać na zewnątrz w e-sklepie, a jakie utrzymywać wewnątrz?
 - s) Studium przypadku sklepu internetowego od A do Z.