

## Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach realizacji działania A2.6.1 w ramach Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększenia Odporności, pn.: „Inwestycje – Rozbudowa krajowego systemu serwisów monitoringowych, produktów, narzędzi analitycznych i usług oraz towarzyszącej infrastruktury wykorzystujących dane satelitarne”

## SPIS TREŚCI

1.	PODSTAWY PRAWNE I WYTYCZNE.....	2
1.1.	OBOWIĄZUJĄCE PRZEPISY I WYTYCZNE.....	2
1.2.	WYTYCZNE DO OZNACZEŃ PROJEKTOWYCH .....	2
2.	OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA.....	2
3.	WYTYCZNE DO REALIZACJI PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA.....	3
3.1.	ZAŁOŻENIA KAMPANII.....	3
3.2.	ZAKŁADANE REZULTATY .....	4
3.3.	KANAŁY DOTARCIA.....	4
3.4.	GRUPA DOCELOWA .....	4
3.5.	ELEMENTY NIEZBĘDNE W GRAFICZNYM UJĘCIU KAMPANII .....	4
3.6.	ZADANIA WYKONAWCY .....	4
3.6.1.	Materiały informacyjne i kampania w mediach .....	4
3.6.2.	Galeria internetowa na podstronę POLSA dedykowaną KPO.....	6
3.6.3.	Film promocyjny .....	6
3.6.4.	Prezentacja dotycząca kampanii.....	7
3.6.5.	Konkurs internetowy .....	7
3.6.6.	Wystawa zdjęć satelitarnych .....	7
3.6.7.	Audyty kampanii promocyjnej.....	7
3.7.	HARMONOGRAM DZIAŁAŃ.....	8
3.8.	POSTANOWIENIA KOŃCOWE.....	8
4.0	PRAWO OPCJI .....	9

## 1. PODSTAWY PRAWNE I WYTYCZNE

### 1.1. OBOWIĄZUJĄCE PRZEPISY I WYTYCZNE

1. Ustawa z dnia 26 września 2014 r. o Polskiej Agencji Kosmicznej (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 r. poz. 1957) wraz z aktami wykonawczymi;
2. Polska Strategia Kosmiczna (Uchwała numer 6 Rady Ministrów z dnia 26 stycznia 2017 r. w sprawie przyjęcia Polskiej Strategii Kosmicznej);
3. Ustawa z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021-2027 (Dz.U. 2022 poz. 1079)

### 1.2. WYTYCZNE DO OZNACZEŃ PROJEKTOWYCH

1. Wykonawca zobowiązany jest do stosowania wytycznych określonych na stronie <https://www.gov.pl/web/planodbudowy/strategia-promocji-i-informacji-kpo> dotyczących zasad promocji i oznakowania projektów realizowanych w ramach Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności (dalej KPO), w tym w szczególności zgodnie z wymogami zawartymi w dokumentach pod nazwą: „Strategia Promocji i Informacji Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności” oraz „Księga identyfikacji wizualnej Krajowego Planu Odbudowy”.
2. Wykonawca będzie stosował się do wytycznych w zakresie identyfikacji wizualnej Polskiej Agencji Kosmicznej (dalej POLSA). Wszystkie niezbędne materiały z tego zakresu Wykonawca otrzyma po podpisaniu umowy.
3. Materiały wytworzone na potrzeby kampanii promocyjnej będą zawierały informację, że realizatorem działań jest Polska Agencja Kosmiczna w ramach Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności.
4. Wykonawca będzie na bieżąco uzgadniał z Zamawiającym szczegółowy sposób realizacji wytycznych w zakresie informacji i promocji.

## 2. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjnej w ramach realizacji działania A2.6.1 w ramach Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększenia Odporności, pn.: „Inwestycje – Rozbudowa krajowego systemu serwisów monitoringowych, produktów, narzędzi analitycznych i usług oraz towarzyszącej infrastruktury wykorzystujących dane satelitarne”. Inwestycja wspiera reformę mającą na celu zwiększenie wykorzystania danych satelitarnych.
2. Działania przewidziane w KPO służą budowie Narodowego Systemu Informacji Satelitarnej (dalej NSIS), systemu odbioru, przechowywania, przetwarzania i udostępniania danych satelitarnych wraz z niezbędną infrastrukturą, którego celem jest dostarczanie serwisów monitoringowych, produktów informacyjnych, narzędzi analitycznych i usług. W ramach budowy i funkcjonowania NSIS są opracowywane i będą rozwijane, a następnie operacyjnie dostarczane i utrzymywane serwisy monitoringowe, oparte na danych satelitarnych obserwacji Ziemi.
3. Działania informacyjno-promocyjne zakładają kampanię skierowaną do szerokiego grona odbiorców - zarówno przedstawicieli administracji, jak i przedsiębiorców oraz ogółu obywateli.
4. W ramach kampanii informacyjno-promocyjnej zrealizowane zostaną działania promujące i rozpowszechniające wiedzę w zakresie wykorzystania danych i zobrazowań satelitarnych.
5. Kampania dotyczyć będzie Narodowego Systemu Informacji Satelitarnej – jego zasobów (produktów i danych), funkcjonalności, możliwości oraz obszarów wykorzystania, jak również planów rozwoju. Działania informacyjno-promocyjne w szczególności będą skierowane na promocję:
  - a. Bazy wiedzy Narodowego Systemu Informacji Satelitarnej,

- b. Portalu mapowego Narodowego Systemu Informacji Satelitarnej, w tym 6 kompozycji mapowych, ich zasobów, w szczególności produktów wykonanych na zlecenie POLSA,
  - c. Rynku usług Narodowego Systemu Informacji Satelitarnej,
  - d. Platformy chmurowej Narodowego Systemu Informacji Satelitarnej.
6. Działania informacyjno-promocyjne obejmowały będą również zaplanowane do organizacji w roku 2024 i 2025 szkolenia dla administracji z zakresu wykorzystywania danych satelitarnych, zgodnie ze zgłoszonym przez administrację zapotrzebowaniem, tj. w obszarze rolnictwa, zagospodarowania przestrzennego, leśnictwa oraz ewentualnie w innych obszarach (do ustalenia z Zamawiającym).
7. Kampania skierowana będzie także na promocję organizowanego cyklicznie Forum Obserwacji Ziemi – konferencji dla administracji publicznej w zakresie wykorzystania danych satelitarnych.
8. Realizowane w ramach zamówienia działania będą obejmowały m.in. kampanie informacyjne, artykuły sponsorowane w portalach internetowych, konkursy, wystawy zdjęć satelitarnych, materiały promocyjne obradowane identyfikacją projektu <https://www.gov.pl/web/planodbudowy/strategia-promocji-i-informacji-kpo> oraz w ustalonych wariantach również identyfikację NSIS.

### 3. WYTYCZNE DO REALIZACJI PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

#### 3.1. ZAŁOŻENIA KAMPANII

1. Zasięg kampanii – ogólnopolski.
2. Czas trwania: III kwartał 2024 – II kwartał 2025.
3. Założenia:
  - a. informowanie o założeniach i celach KPO zgodne z wytycznymi z dokumentu „Strategia Promocji i Informacji Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności”,
  - b. budowanie świadomości społeczeństwa o roli i wartości dodanej wsparcia z budżetu Unii Europejskiej,
  - c. dotarcie do przedstawicieli administracji publicznej oraz podmiotów wykonujących zadania publiczne oraz upowszechnienie wiedzy na temat możliwości wykorzystywania danych satelitarnych:
    - i. w realizacji bieżących zadań,
    - ii. podejmowaniu decyzji,
    - iii. lepszym wykorzystywaniu posiadanych zasobów i infrastruktury teleinformatycznej,
    - iv. sprawowaniu funkcji nadzorczych i kontrolnych
    - v. organizacji życia społecznego i gospodarczego, na potrzeby zarządzania kryzysowego;
  - d. upowszechnienie wiedzy na temat zastosowania danych satelitarnych i trendów w tym zakresie wśród przedsiębiorców nie tylko z sektora kosmicznego,
  - e. zwiększenie świadomości obywateli na temat możliwości wykorzystania danych satelitarnych oraz ich roli w codziennym życiu,
  - f. wszystkie pokazywane w kampanii przykłady wykorzystywania danych satelitarnych muszą odnosić się do produktów/zasobów POLSA,
  - g. stosowanie schematu: założony cel => wybrany komponent KPO => uzyskana/oczekiwana korzyść,
  - h. kampania ma być skierowana do ogółu obywateli – ma mieć to odzwierciedlenie w języku i stylu komunikacji niewykluczającym nikogo,
  - i. budowanie wizerunku Polskiej Agencji Kosmicznej i sektora,
  - j. zapewnienie POLSA tzw. brand safety;

### 3.2. ZAKŁADANE REZULTATY

1. Zwiększenie świadomości i wiedzy na temat możliwości wykorzystywania danych satelitarnych w pracy administracji publicznej i w życiu codziennym każdego obywatela;
2. Wymiana wiedzy pomiędzy użytkownikami końcowymi i dostawcami technologii;
3. Budowanie wizerunku Polskiej Agencji Kosmicznej jako agencji wspierającej optymalizację prac administracji publicznej;
4. Budowanie wizerunku Polskiej Agencji Kosmicznej jako agencji wspierającej wykorzystanie narzędzi związanych z danymi satelitarnymi dla poprawy jakości codziennego życia i usług dla społeczeństwa;
5. Aktywizacja administracji publicznej, przedsiębiorców oraz obywateli w zakresie sięgania po wsparcie w ramach działań POLSA realizowanych z KPO (korzystanie z platformy NSIS, udział w szkoleniach, itd.).

### 3.3. KANAŁY DOTARCIA

Proponowane przez Zamawiającego kanały dotarcia:

- media lokalne i branżowe,
- media społecznościowe,
- strona internetowa Polskiej Agencji Kosmicznej: <https://polsa.gov.pl/>,
- strona internetowa NSIS: <https://nsisplatforma.polsa.gov.pl/>,
- mailing;

### 3.4. GRUPA DOCELOWA

Wskazane przez Zamawiającego grupy docelowe:

- administracja publiczna oraz podmioty wykonujące zadania publiczne,
- przedsiębiorcy, w tym podmioty działające w sektorze kosmicznym,
- ogół obywateli;

### 3.5. ELEMENTY NIEZBĘDNE W GRAFICZNYM UJĘCIU KAMPANII

Zobrazowania satelitarne, satelity, Ziemia, przedstawienia wykorzystania danych satelitarnych – jak najwięcej danych powinno pochodzić z zasobów POLSA dostępnych na platformie NSIS: <https://nsisplatforma.polsa.gov.pl/baza-wiedzy/produkty-satelitarne>, w tym w szczególności powinny być to produkty POLSA.

### 3.6. ZADANIA WYKONAWCY

#### 3.6.1. Materiały informacyjne i kampania w mediach

Przygotowanie materiałów informacyjnych nt. przedmiotu kampanii, które mogłyby być dystrybuowane w trakcie trwania kampanii, w oparciu o materiały merytoryczne przekazane przez Zamawiającego.

W materiałach i kampaniach w mediach wszędzie tam, gdzie tylko jest to możliwe musi być linkowanie do strony NSIS. Ponadto w materiałach i kampaniach w mediach należy używać w linkach tagowania UTM.

1. **Przygotowanie tekstów i grafik postów na media społecznościowe POLSA** (Facebook, LinkedIn, Instagram, X) na temat kampanii, w oparciu o materiały merytoryczne przekazane przez Zamawiającego, – co najmniej po 20 tekstów oraz grafik dla każdego medium w trakcie trwania kampanii. Posty każdorazowo zostaną zatwierdzone przez Zamawiającego.

- a. posty zróżnicowane w zależności od kanału - co najmniej 10 postów musi być przygotowanych odrębnie dla każdego z mediów społecznościowych;
  - b. grafiki przygotowane z uwzględnieniem identyfikacji projektu,
  - c. ew. z użyciem brandingu projektu NSIS, wraz z krótkimi opisami wystawy zdjęć satelitarnych do prezentacji w galerii internetowej na dedykowanej projektowi podstronie POLSA;
2. **Przygotowanie informacji prasowej oraz wysyłka**
- a. min. 3 tys. znaków z wysyłką do mediów ogólnopolskich i lokalnych, co najmniej 100 rekordów; baza przed wysyłką do zaakceptowania przez Zamawiającego,
  - b. na temat wykorzystywania technik satelitarnych, w oparciu o materiały merytoryczne przekazane przez Zamawiającego,
  - c. co najmniej 4 razy w trakcie trwania kampanii;
3. **Przygotowanie i publikacja artykułu sponsorowanego** na temat wykorzystywania technik satelitarnych na portalu internetowym:
- a. artykuł wraz z materiałem ilustracyjnym (grafika) na stronie głównej danego portalu i/lub artykuł na podstronie tematycznej danego portalu (wycenienie podlegają oba warianty),
  - b. content oraz layout po stronie Wykonawcy,
  - c. wykonawca proponuje Zamawiającemu listę co najmniej 6 mediów wraz z własną rekomendacją oraz format banneru i artykułu;
4. **Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii w social mediach (opcjonalnie)**
- a) Przeprowadzenie 6 miesięcznych kampanii reklamowych w mediach społecznościowych na Facebooku, LinkedInie i Instagramie. Każda miesięczna kampania powinna być przeprowadzona na kanałach: Facebook, Instagram, LinkedIn. Miesięczne kampanie (4-tygodniowe) powinny zawierać minimum 3 posty tygodniowo. W przeciągu całego trwania kampanii reklamowych wykonanie 12 postów miesięcznie na każdym kanale przez okres pół roku (72 posty łącznie).
  - b) Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania treści postów i przedłożenia ich Zamawiającemu na początku każdego miesiąca do akceptacji/uwag. Publikacja następuje po zaakceptowaniu postów przez Zamawiającego. Możliwe jest ustalanie konkretnych postów w ciągu miesiąca jeśli konkretne informacje dotyczące posta nie są znane na początku miesiąca. W takiej sytuacji Wykonawca ustala z Zamawiającym posty i terminy akceptacji na bieżąco.
  - c) Cele kampanii reklamowych: zwiększenie liczby obserwujących oraz przejść na stronę internetową projektu.
  - d) Założenia i parametry dot. kampanii reklamowych zostaną ustalone i skonfigurowane na podstawie harmonogramu zaproponowanego przez Wykonawcę wraz z harmonogramem (zawierającym proponowane dni i godziny publikacji oraz audytu końcowego i audytów śródprojektowych) całości działań promocyjnych. Termin rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych kampanii będzie wynikał z założeń zawartych w harmonogramie komunikacji projektu. Przeprowadzone kampanie reklamowe muszą zakończyć się przed upływem okresu objętego audytem całej kampanii promocyjnej o którym mowa w pkt. 3.6.7
  - e) Kampanie reklamowe powinny być targetowane na konsultowane i zaakceptowane przez Zamawiającego demograficzne grupy odbiorców uzależnione wiekiem, zainteresowaniami i geograficznie.
  - f) Harmonogram publikacji uwzględniający daty (dni tygodnia) publikacji wraz z godzinami musi zostać zaakceptowany przez zlecającego

- g) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia zbiorczych raportów na zakończenie każdej z miesięcznych kampanii reklamowych we wskazanych kanałach social media.
- h) Zamawiający podstawie informacji od Wykonawcy może zażądać przerwania kampanii reklamowej lub jej edycji/modyfikacji.
- i) Łączny czas na opracowanie raportu w formie elektronicznej w formatach .pdf i .docx. na zakończenie każdej z kampanii to maksymalnie 7 dni roboczych.

### 3.6.2. Galeria internetowa na podstronę POLSA dedykowaną KPO

Wystawa zdjęć satelitarnych do prezentacji w galerii internetowej na dedykowanej projektowi podstronie POLSA (co najmniej 15 różnych zdjęć) Wykorzystanie materiałów pozyskanych z platformy NSIS - jak najwięcej danych powinno pochodzić z zasobów POLSA dostępnych na platformie NSIS: <https://nsisplatforma.polsa.gov.pl/baza-wiedzy/produkty-satelitarne>, w tym w szczególności powinny być to produkty POLSA:

- możliwe uwzględnienie w galerii także modyfikacji 10 grafik ilustracyjnych do mediów społecznościowych) na każde media społecznościowe,
- krótkie opisy (2-4 zdania) do zdjęć. grafik omawiające ich treść, przekaz itp.,
- spójność stylistyczna zdjęć, grafik,
- spójny koncept przekazu stworzonej galerii,
- grafiki przygotowane z uwzględnieniem identyfikacji projektu,
- ew. z użyciem brandingu projektu NSIS, wraz z krótkimi opisami;

### 3.6.3. Film promocyjny

Krótki film/animacja na temat wykorzystania technik satelitarnych - max 1.5 minuty oraz wersja skrócona 30 sekund, np. wykorzystanie danych satelitarnych w rolnictwie, zagospodarowaniu przestrzennym, leśnictwie, zarządzaniu kryzysowym, monitorowaniu środowiska i gospodarce wodnej.

- styl filmu/animacji do zaproponowania przez Wykonawcę w ofercie i zatwierdzenia przez Zamawiającego,
- cel: zbudowanie świadomości odbiorców nt. znaczenia danych satelitarnych, zobrazowań satelitarnych dla poszczególnych sektorów gospodarki oraz dla szerokiego odbiorcy na przykładzie konkretnych działań POLSA, promocja działań i aktywności Polskiej Agencji Kosmicznej w tym zakresie – promocja NSIS i jego zasobów (w szczególności produktów satelitarnych POLSA), promocja szkoleń, promocja Forum Obserwacji Ziemi,
- opracowanie koncepcji i scenariusza filmu w porozumieniu z Zamawiającym,
- materiały merytoryczne – zasoby zawarte na platformie NSIS - na portalu mapowym oraz w Bazie wiedzy wskazane przez Zamawiającego,
- materiały graficzne – realizacja po stronie Wykonawcy w porozumieniu z Zamawiającym,
- Wykonawca zapewni podkład muzyczny (możliwość wyboru z co najmniej 2 propozycji),
- Wykonawca dostarczy Zamawiającemu oświadczenie o nabyciu praw do użycia wybranego przez Zamawiającego fragmentu muzycznego do produkcji obu filmów będących przedmiotem niniejszego zamówienia,
- Wykonawca zapewni napisy do filmu/animacji języku polskim oraz angielskim,
- tłumaczenie napisów znajduje się po stronie Wykonawcy,
- film/animacja jakości UHD w formacie pliku np. MOV oraz do publikacji w Internecie w formie pliku MP4;

### 3.6.4. Prezentacja dotycząca kampanii

Do wykorzystania na spotkaniach z przedstawicielami administracji publicznej - format power point ok. 15 slajdów treści merytorycznej wraz ze zdjęciami, grafikami itp.:

- treść podsumowująca kampanię z napisami w języku polskim i angielskim,
- prezentacja do publikacji w formie pliku otwartego pptx;

### 3.6.5. Konkurs internetowy

Organizacja co najmniej jednego konkursu internetowego popularyzującego zobrazowania satelitarne np. „Zgadnij, co jest na danym zobrazowaniu?”. Zamawiający oczekuje własnych propozycji konkursu przygotowanych przez Wykonawcę.

Opracowanie pytań konkursowych na podstawie materiałów dostarczonych przez Zamawiającego.

- opracowanie i stworzenie formularza konkursowego - formularz rejestracyjny powinien zawierać wszystkie wymagane zgody dotyczące RODO oraz użycia wizerunku,
- opracowanie informacji w formie postów (trzy posty zapowiadający konkurs, przypominający o trwaniu konkursu i podsumowujący) i artykułu na stronę www oraz oprawy graficznej (ilustracji do postów i artykułu),
- zapewnienie promocji wydarzeń w mediach społecznościowych (LinkedIn, Facebook, X, Instagram) (wykupienie kampanii reklamowej na Facebook, Instagram i LinkedIn POLSA) oraz w mediach tradycyjnych (poprzez stworzenie rozdzielnika dziennikarzy lokalnych i przekazania go Zamawiającemu).

### 3.6.6. Wystawa zdjęć satelitarnych

Organizacja wystawy zdjęć satelitarnych podczas wskazanego wydarzenia organizowanego przez POLSA – miejsce i termin do ustalenia. Wykorzystanie materiałów pozyskanych z platformy NSIS - jak najwięcej danych powinno pochodzić z zasobów POLSA dostępnych na platformie NSIS: <https://nsisplatforma.polsa.gov.pl/baza-wiedzy/produkty-satelitarne>, w tym w szczególności powinny być to produkty POLSA. Wytyczne:

- przygotowanie co najmniej 15 zdjęć w formacie co najmniej A2/A1 w rozdzielczości pozwalającej zachować szczegóły zdjęć,
- wydruk zdjęć na fotoboardach, płótnie, papierze – do uzgodnienia z Zamawiającym,
- zapewnienie stelaży/sztalug do prezentacji zdjęć,
- przygotowanie opisów do wszystkich zdjęć;

Zamawiający dopuszcza zorganizowanie wystawy w oparciu o istniejącą już kolekcję zdjęć, taką jak np. „Copernicus Sentinel EarthArt exhibition”.

### 3.6.7. Audyt kampanii promocyjnej

Wykonawca przeprowadzi audyt ww. kampanii, obejmujący okres od dnia podpisania umowy do dnia 15.06.2025 r. pod kątem zgodności prowadzonych działań z planem komunikacji. Audyt będzie zawierał analizę statystyk działań związanych z ww. kampaniami na kanałach społecznościowych, podsumowanie działań, zrzuty ekranu, zdjęcia, inne formy podsumowania zaplanowanych działań.

Rozliczenie kampanii nastąpi po zaakceptowaniu audytu przez Zamawiającego.



### 3.7. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ<sup>1</sup>

Nr Etapu	Termin	Działanie
I	Przedstawienie Zamawiającemu szczegółowego planu działań informacyjno-promocyjnych	W ciągu 7 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przygotowanie zakładki dedykowanej projektowi,</li> <li>• zorganizowanie i przeprowadzenie konkursu,</li> <li>• przygotowanie prezentacji dotyczącej kampanii</li> <li>• przygotowanie materiałów informacyjnych i kampanii w mediach, w tym:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ przygotowanie tekstów i grafik do mediów społecznościowych POLSA,</li> <li>○ przygotowanie informacji prasowej i jej wysyłka,</li> <li>○ opcjonalnie - przygotowanie i przeprowadzenie kampanii w social mediach</li> </ul> </li> </ul>	Od podpisania umowy do 15.12.2024
II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przygotowanie i opublikowanie artykułu sponsorowanego,</li> <li>• przygotowanie filmu promocyjnego,</li> <li>• przygotowanie galerii internetowej na podstronę POLSA dedykowaną KPO</li> <li>• przygotowanie materiałów informacyjnych i kampanii w mediach, w tym:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ przygotowanie tekstów i grafik do mediów społecznościowych POLSA,</li> <li>○ przygotowanie informacji prasowej i jej wysyłka,</li> <li>○ opcjonalnie - przygotowanie i przeprowadzenie kampanii w social mediach</li> </ul> </li> </ul>	16.12.2024-31.03.2025
III	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja wystawy zdjęć satelitarnych</li> <li>• opcjonalnie - zorganizowanie i przeprowadzenie drugiego konkursu,</li> <li>• przygotowanie materiałów informacyjnych i kampanii w mediach, w tym:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ przygotowanie tekstów i grafik do mediów społecznościowych POLSA,</li> <li>○ przygotowanie informacji prasowej i jej wysyłka,</li> <li>○ opcjonalnie - przygotowanie i przeprowadzenie kampanii w social mediach</li> </ul> </li> <li>• przygotowanie audytu kampanii informacyjno-promocyjnej</li> </ul>	01.04.2025-15.06.2025

### 3.8. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Podczas realizacji Umowy Wykonawca będzie ściśle współpracował z osobami odpowiedzialnymi za realizację projektu po stronie Zamawiającego.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo między innymi do zgłaszania uwag i proponowania zmian na każdym etapie realizacji Umowy.
3. Wykonawca jest zobowiązany do udzielania na żądanie Zamawiającego każdorazowo pełnej informacji na temat stanu realizacji zamówienia.

<sup>1</sup> Niniejszy harmonogram może ulec zmianie w zakresie terminów realizacji poszczególnych działań – w zależności od terminu podpisania umowy; ostateczny harmonogram Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do uwag i akceptacji po podpisaniu umowy.

4. Wszystkie przygotowane przez Wykonawcę materiały muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.
5. Poza treściami uzgodnionymi z Zamawiającym, Wykonawca nie ma prawa do umieszczania innych treści w tym, między innymi, oznaczeń własnych, reklam własnych lub podmiotów trzecich.

#### 4.0 PRAWO OPCJI

Zamawiający ma prawo skorzystać z prawa opcji w zakresie przygotowania i przeprowadzenia kampanii w social mediach (3.6.1 pkt 4 SOPZ) podczas trwania Umowy, w następującym wymiarze: sześć miesięcznych kampanii.

Zamawiający ma prawo wykorzystać dowolną liczbę (maksymalnie 6) miesięcznych kampanii reklamowych podczas trwania Umowy.