

# Kampania marketingowa, utworzenie identyfikacji wizualnej, spot reklamowy tv/radio, strona internetowa

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (OPZ)

Przedmiotem zamówienia jest usługa przygotowania kampanii wraz z produkcją reklam na potrzeby ogólnopolskiej akcji promocyjnej Branżowego Centrum Umiejętności w Powiecie Radzyńskim w dziedzinie elektryki, w tym m.in.: logotypu z pełną identyfikacją wizualną, spotu TV/Internet wraz z ich publikacją w mediach, reklam w internecie, mediach społecznościowych, a także utworzenie strony internetowej.

## RAMY CZASOWE:

Wykonawca zrealizuje przedmiot umowy w następujących terminach:

- a) Opracowanie identyfikacji wizualnej do 6 tygodni od daty zawarcia umowy;
- b) Wykonanie strony internetowej do 12 tygodni od daty zawarcia umowy;
- c) Wykonanie spotów do 10 tygodni od daty zawarcia umowy;
- d) Przeprowadzenie kampanii promocyjnej od daty wykonania spotów do 30 września 2025 r.;

## 1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

- a) Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym przygotowuje linię kreacyjną kampanii (tj. pomysł na jednolity i spójny sposób komunikowania się z odbiorcą przekazu reklamowego, który określi spójną szatę graficzną, napisy, logotypy, sformułowania), która będzie transponowana na wszystkich reklamach produkowanych na potrzeby kampanii. Przygotuje graficznie (pliki elektroniczne, gotowe do druku) materiały informacyjne i promocyjne (broшуry informacyjne, ulotki), w tym opis Projektu do umieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego.
- b) Identyfikacja wizualna powinna odnosić się do stworzonej marki turystycznej Powiatu Radzyńskiego – Radzyńska Kraina Serdeczności. Zamawiający przedstawi księgę znaków w/w marki.
- c) Opracuje znak marki (logo) Branżowego Centrum Umiejętności:
  - zaprojektowanie 3 wariantów logo,
  - przeprowadzenie prezentacji zawierającej zaproponowane warianty logo, sposoby jego użycia, jak również możliwe i sugerowane inne elementy identyfikacji wizualnej (prezentacja zostanie doręczona Zamawiającemu w formie elektronicznej oraz w formie papierowej),
  - umożliwienie wprowadzenia poprawek do wybranego przez Zamawiającego projektu logo, w takiej ilości i zakresie, która umożliwi dokonanie ostatecznej akceptacji logo.
- d) Ostateczny i wybrany przez Zamawiającego projekt logo powinien posiadać kilka wersji np.: podstawowa, wielobarwna, monochromatyczna, achromatyczna (do zastosowań na tłach jasnych i ciemnych) w formatach graficznych rastrowych i wektorowych –.jpg, .png, .pdf, .svg, .cdr, .ai.
- e) W wyniku powyższych działań oraz podjętych i przekazanych przez Zamawiającego decyzji odnośnie wybranego logo i elementów identyfikacji wizualnej, wykonawca opracuje hasło

promocyjne. Hasło promocyjne – powinno wywołać pozytywne skojarzenie oraz wiązać się ze specyfiką Branżowego Centrum Umiejętności.

f) Księga znaku zawierać będzie w szczególności:

- znaczenie logo,
- główne elementy logo,
- anatomię logo,
- kolorystykę wersji podstawowej i inne warianty kolorystyczne,
- pole ochronne znaku (wersja pionowa i pozioma),
- skalowanie i minimalne rozmiary,
- użycie znaku na zdjęciach,
- nieprawidłowe użycie logo,
- kolory firmowe w modelu RGB/CMYK/Pantone,
- typografię podstawową i uzupełniającą,
- projekty akcydensów firmowych i nośników promocji m.in:
  - Papier firmowy/listownik,
  - wizytówka,
  - stopka wiadomości e-mail,
  - teczka,
  - koperty,
  - szablon prezentacji .ppt,
  - roll-up, ścianka konferencyjna i trybuna,
  - layout strony internetowej,
  - baner,
  - ulotka,

## **2. SPOT, STRONA INTERNETOWA ORAZ KAMPANIA PROMOCYJNA**

### **Wykonawca przygotowuje:**

- spoty wideo, do wykorzystania w telewizji i Internecie; długość 10 oraz 30 sekund (dwie wersje).; Jakość nagrania dopasowana do potrzeb telewizji i internetu; scenariusz do akceptacji przez Zamawiającego;
- spoty audio, do wykorzystania w radiu; długość: 10 oraz 15 sekund (dwie wersje); jakość nagrania dopasowana do potrzeb nadawców radiowych; scenariusz do akceptacji przez Zamawiającego;
- portal internetowy (stronę www);
- opisy do umieszczenia na stronie internetowej niezbędne grafiki/zdjęcia/banery do wykorzystania w internecie oraz na stronie internetowej;
- artykuły, do wykorzystania w prasie (z wykorzystaniem grafik/zdjęć) i Internecie (z użyciem multimedialnych); objętość dopasowana do możliwości tytułów prasowych oraz stron internetowych, na których prowadzona będzie kampania. (Prasa min. 3000 do maks 5000 znaków). Wykonawca zapewni rozpowszechnienie ich w prasie specjalistycznej (dwa czasopisma branżowe po jednym artykule) oraz ogólnopolskiej (dwa artykuły), codziennej (dwa artykuły).
- utworzenie i prowadzenie profili na portalach: YouTube, TikTok, Facebook oraz Instagram.

### **1) SZCZEGÓŁY SPOTU WIDEO:**

- a) Wykonawca wyprodukuje spot na potrzeby emisji w telewizji, Internecie zgodnie z poniższymi wytycznymi.

- b) Czas eksploatacji wyprodukowanych materiałów to 2 lata (24 miesiące). Materiały będą wykorzystywane na terenie Polski.
- c) Kampania informacyjna zostanie przygotowana do przeprowadzenia w kanałach: Internet, telewizja, radio, prasa, media społecznościowe.
- d) Spot wideo wykonany w technologii animacji komputerowej, przystosowany do emisji telewizyjnej, w jakości 4K oraz różnych rozdzielczościach na potrzeby platform: TikTok, Youtube, Facebook, Instagram;
- e) Spot wideo zostanie przygotowany w dwóch wersjach: 10-sekundowej i 30-sekundowej;
- f) Scenariusz oraz technikę tworzenia animacji po przedstawieniu akceptuje Zamawiający;
- g) Po stronie Wykonawcy leży przygotowanie do każdego z materiałów wskazanych w pkt a i b briefu i treatmentu oraz koncepcji graficznej.
- h) Do spotu wideo zostanie przygotowany profesjonalny podkład efektów specjalnych, muzyka oraz głos lektora reklamowego, przedstawiającego koncepcję BCU;
- i) Spoty mają być przygotowane z dźwiękiem polskim oraz napisami: polskimi, angielskimi i ukraińskimi;
- j) Napisy w spotach muszą być zintegrowane z wizją i przygotowane w taki sposób, aby można je było łatwo zintegrować z materiałem (np. format SRT) w serwisie YouTube oraz Facebooku. Muszą zawierać kody czasu, które umożliwiają wyświetlanie napisów w odpowiednim momencie filmu. W napisach ma być zastosowana czcionka czytelna dla osób słabo i niedowidzących.
- k) Przystąpienie do realizacji może nastąpić dopiero po akceptacji tych elementów przez Zamawiającego. W związku z tym Wykonawca musi uwzględnić wszystkie uwagi przekazane przez Zamawiającego i dostosować do nich cały proces produkcji spotów.
- l) W trakcie realizacji zamówienia scenariusze spotów mogą podlegać modyfikacjom według sugestii Zamawiającego, jeśli będą zgodne z jego oczekiwaniami. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia poprawek na każdym etapie produkcji.
- m) Odbiór finalnej wersji każdego ze spotów przez Zamawiającego (potwierdzony w formie mailowej) jest równoznaczny z całościowym przekazaniem Zamawiającemu praw majątkowych do dzieła.

### **1a) EMISJA SPOTU WIDEO:**

- a) Planuje się wyemitowanie 39 spotów w stacjach telewizyjnych, ze wskaźnikiem AMR min. 30 000 do maksymalnie 60 000 AMR według raportu KRRiT (Informacja o widowni telewizyjnej w Polsce w II kwartale 2023 roku, Tabel 2 – Widownia programów w gospodarstwach z NTC) w trzech przedziałach godzinowych:
  - 13 spotów – 1 spot na miesiąc w godzinach 18.00 – 22.00 (pora wieczorna);
  - 13 spotów – 1 spot na miesiąc w godzinach 13.00 – 16.00 (pora popołudniowa);
  - 13 spotów – 1 spot na miesiąc w godzinach 10.00 – 13.00 (weekendy);
- b) Emisje odbędą się w miesiącach: od kwietnia do czerwca 2024 r. oraz od sierpnia do października 2024, a także od stycznia do maja 2025 oraz od sierpnia do września 2025 r.
- c) Dystrybucją spotów dla mediów oraz zakupu mediów, emisji/publikacji materiałów w poszczególnych mediach oraz bieżącego monitorowania realizacji poszczególnych części zamówienia, w tym zwłaszcza w zakresie realizacji zakładanych wskaźników mediowych zajmuje się Wykonawca;
- **WYTŁUMACZENIE CZASU EMISJI SPOTU:**

Spot promocyjny będzie emitowany co najmniej w trzech różnych porach oglądalności, aby dotrzeć do różnych grup odbiorców. Planujemy emisję w: porze wieczornej (18:00-22:00) w

celu dotarcia do pracujących profesjonalistów elektryki, porze popołudniowej (13:00-16:00) w celu dotarcia do studentów i uczniów, porze weekendowej (10:00-13:00) w celu przyciągnięcia uwagi osób zainteresowanych zmianą kariery lub doskonaleniem umiejętności w czasie wolnym.

## **2) SZCZEGÓŁY SPOTU RADIOWEGO:**

- a) Wykonawca przygotowuje dwa reklamowe spoty audio o długości 10 oraz 15 sekund w najwyższej jakości według standardów rozgłośni radiowych i dla internetu;
- b) Tekst oraz scenariusz spotu audio zostanie przedstawiony Zamawiającemu;
- c) Do utworzenia spotu zostanie użyte profesjonalne studio nagraniowe z pojemnościowymi mikrofonami do nagrań lektorskich. Całe nagranie poddane zostanie cyfrowej obróbce dźwięku wraz z ewentualnymi efektami specjalnymi i muzyką pod scenariusz spotu. Te elementy zapewnia wykonawca;

## **2a) EMISJA SPOTU RADIOWEGO:**

- a) Planuje się wyemitowanie 13 spotów radiowych w rozgłoszeniach, które plasują się na poniższych pozycjach według aktualnego Rankingu dla Stacji Ogólnopolskich i Ponadregionalnych AudioTrack:
  - 8 spotów – 1 w miesiącu w godzinach 7.00 – 10.00 – rozgłoszenie radiowe, które znajdują się od 4 do 8 pozycji w rankingu AudioTrack;
  - 5 spotów – 1 w miesiącu w godzinach 16.00 – 18.00 – rozgłoszenie radiowe, które znajdują się od 3 do 8 pozycji w rankingu AudioTrack;

Szczegółowy harmonogram emisji będzie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym po wykonaniu spotu radiowego.

## **Efekty spotu wideo i radiowego**

1. Zachęcenie do kształcenia: Spot ma na celu zachęcenie młodych ludzi do wyboru kariery w dziedzinie elektryki, prezentując ją jako atrakcyjną ścieżkę zawodową z obietnicą rozwoju i stabilności.
2. Promocja kursów i szkoleń: Chcemy przedstawić nasze centrum umiejętności, jako miejsce, gdzie można zdobyć kompetencje w dziedzinie elektryki, oferując szeroki wybór kursów i szkoleń.
3. Podniesienie kwalifikacji: Spot będzie akcentował znaczenie ciągłego doskonalenia umiejętności wśród elektryków, promując nasze zaawansowane programy szkoleniowe.
4. Dostępność i wygoda: Chcemy podkreślić dostępność naszych kursów i wygodę nauki, np. możliwość nauki online lub elastyczne godziny zajęć.
5. Wizerunek Ekspertów: Nasz spot będzie budować wizerunek naszego centrum jako ekspertów w dziedzinie elektryki, którzy pomagają w rozwoju zawodowym i zapewniają cenne umiejętności.

## **Podsumowanie:**

Zarówno w wersji audio jak i audio/wideo spoty te mają na celu przyciągnięcie uwagi zarówno osób planujących karierę w dziedzinie elektryki, jak i już pracujących elektryków, oraz firm z branży elektrycznej, zachęcając ich do korzystania z naszych usług szkoleniowych i doskonalenia umiejętności w zakresie elektryki.

Wszystkie materiały graficzne i filmowe opracowywane przez Wykonawcę na potrzeby kampanii muszą spełniać standardy i wytyczne mediów, w których mają być publikowane (np. rozmiar w pikselach, proporcje obraz/tekst itp.), jak również muszą być utworem, do którego Wykonawca przeniesie na Zamawiającego prawa autorskie

### **3) SZCZEGÓŁY KAMPANII INTERNETOWEJ:**

- a) Kampania marketingowa w internecie będzie odbywała się na kanałach social media: Facebook, Instagram, Youtube, TikTok oraz na ogólnopolskich portalach internetowych.
- b) Wykonawca utworzy profile na powyższych portalach społecznościowych BCU, wykona grafiki oraz uzupełni treści oraz po zakończeniu projektu przekaze do nich pełny dostęp.
- c) Wykonawca poprowadzi kampanie marketingowe w social mediach, zaproponuje strategię marketingową, przygotuje treści oraz grafiki
- d) Wykonawca przygotuje podaną w poniższych zapisach ilość postów dla mediów społecznościowych (Facebook, Instagram) oraz kampanie promocyjne wideo na YouTube i TikTok w zakresie promowania spotu reklamowego na tych kanałach.
- e) Wykonawca przygotuje reklamę w postaci artykułów lub banerów do znanych portali informacyjnych ogólnopolskich w podkategoriach opartych o informacje z branży elektrycznej, a także wszystkich innych, którymi może zainteresować się potencjalna grupa odbiorców, czy w skrzynkach pocztowych itp.

#### **3a) Wymagania dotyczące funkcjonowania profilu BCU na mediach społecznościowych: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok**

##### **1. Założenie i zarządzanie profilami:**

- Utworzenie i optymalizacja profili na wszystkich wymienionych platformach.
- Opracowanie spójnego wizerunku marki z uwzględnieniem specyfiki każdej platformy.
- Aktywne zarządzanie profilami, w tym interakcja z użytkownikami.

##### **2. Kampanie marketingowe i strategia treści:**

- Opracowanie i wdrożenie strategii marketingowej, w tym planowanie kampanii reklamowych.
- Przygotowanie unikalnych postów na każdą platformę społecznościową.
- Stworzenie i dystrybucja spotu reklamowego, w tym promocja na YouTube i TikTok.

##### **3. Kampania marketingowa w mediach społecznościowych:**

- Opracowanie i realizacja kampanii na platformach: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok.
- Określenie i analiza grupy docelowej dla każdej platformy.
- Tworzenie harmonogramu publikacji: 4 posty miesięcznie na Facebooku, 2 miesięcznie na Instagramie
- Umieszczenie oraz promocja spotu na kanałach TikTok oraz Youtube

#### **4. Grupa Docelowa:**

Spot reklamowy będzie skierowany do różnych grup odbiorców związanych z elektryką, w tym:

- Młodych ludzi, którzy rozważają karierę w zawodzie elektryka, w tym uczniów i studentów.
- Elektryków oraz, którzy chcą doskonalić swoje umiejętności, zdobyć nowe kwalifikacje lub uzyskać certyfikaty.
- Przedsiębiorców i właścicieli firm z branży elektrycznej, którzy potrzebują wykwalifikowanych pracowników i chcą inwestować w rozwój zawodowy swojego personelu.

### **3b) SZCZEGÓŁOWE WYTYCZNE DOTYCZĄCE SPOTÓW UMIESZCZANYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

#### **FACEBOOK:**

- a) Utworzenie konta BCU na Facebooku.
- b) W ramach działań na profilach Zamawiającego na FB Wykonawca musi przeprowadzić wykonać 76 postów wraz z grafiką – 4 posty w miesiącu w regularnym odstępie czasowym oraz optymalnej porze czasowej w momencie największej aktywności grupy docelowej przez cały okres trwania kampanii, czyli od marca 2024 do września 2025 r – łącznie 76 postów (treść i grafika bądź animacja).
- c) Jeden wybrany post w miesiącu będzie objęty promocją płatną o minimalnym zasięgu 5 tysięcy odbiorców i maksymalnym 10 tysięcy odbiorców.
- d) Płatna promocja postów będzie geotargetowana na całą Polskę.
- e) Wykonawca opracuje harmonogram i koncepcję przeprowadzenia kampanii reklamowej (zaproponuje cele/działania reklamy oraz kreację spójną z kreacją kampanii).
- f) W czasie publikacji postów przez Zamawiającego, Zamawiający będzie przekazywać Wykonawcy uwagi i polecenia dotyczące płatnej promocji. Wykonawca może po uzgodnieniu z Zamawiającym optymalizować kampanię pod względem rodzaju grupy docelowej w ramach umowy oraz zgłaszać inne uwagi. Jeśli Wykonawca uważa, że należy wymienić czy zrezygnować z danego materiału reklamowego lub posiada inne spostrzeżenia, może przekazać Zamawiającemu uwagi z rekomendacjami rozwiązania problemu.
- g) Promocja ma być realizowana przez cały okres trwania kampanii.
- h) Wartość, czyli cena usługi nie zmieni się w sytuacji, kiedy Wykonawca uzyska wskaźniki wyższe od tych, do osiągnięcia, których zobowiązał się w Ofercie, jak również, kiedy zostaną wprowadzone rekomendacje Wykonawcy, o których mowa w punkcie E.

#### **INSTAGRAM:**

- a) Utworzenie konta BCU na Instagramie
- b) W ramach działań na profilu BCU na Instagramie Wykonawca musi wykonać 38 graficznych postów oraz tyle samo relacji – 2 posty w miesiącu w regularnym odstępie czasowym oraz optymalnej porze czasowej w momencie największej aktywności grupy docelowej przez cały okres trwania kampanii, czyli od marca 2024 do września 2025 r – łącznie 38 postów (treść i grafika).

- c) Jeden wybrany post w miesiącu będzie objęty promocją płatną o minimalnym zasięgu 5 tysięcy odbiorców i maksymalnym 10 tysięcy odbiorców – przemiennie post i relacja.
- d) Wykonawca wykorzysta w reklamach płatnych opcję „swipe-up” promujących wskazane przez Zamawiającego treści.
- e) Wykonawca przygotowuje treść, zdjęcia i inne elementy graficzne instastory na podstawie wytycznych Zamawiającego. Link w „swipe-up” będzie przekierowywać do oficjalnych profili oraz do stron powiązanych z Zamówieniem. Harmonogram i koncepcja muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego drogą mailową przed rozpoczęciem działań.
- f) Płatna promocja postów będzie geotargetowana na całą Polskę.
- g) W czasie publikacji postów przez Zamawiającego, Zamawiający będzie przekazywać Wykonawcy uwagi i polecenia dotyczące płatnej promocji. Wykonawca może po uzgodnieniu z Zamawiającym optymalizować kampanię pod względem rodzaju grupy docelowej w ramach umowy oraz zgłaszać inne uwagi. Jeśli Wykonawca uważa, że należy wymienić czy zrezygnować z danego materiału reklamowego lub posiada inne spostrzeżenia, może przekazać Zamawiającemu uwagi z rekomendacjami rozwiązania problemu.
- h) Promocja ma być realizowana przez cały okres trwania kampanii.
- i) Wartość, czyli cena usługi nie zmienia się w sytuacji, kiedy Wykonawca uzyska wskaźniki wyższe od tych, do osiągnięcia, których zobowiązał się w Ofercie, jak również, kiedy zostaną wprowadzone rekomendacje Wykonawcy, o których mowa w punkcie b.

#### **YOUTUBE I TIKTOK:**

- a) Utworzenie konta BCU w Youtube oraz TikTok.
- b) Zamieszczenie przygotowanego spotu reklamowego, dostosowanego na potrzeby danej platformy pod względem technicznym (spot musi się wyświetlać na pełnym ekranie, w pełnej rozdzielczości w normalnym układzie ekranu urządzenia) – w dwóch wykonanych wersjach.
- c) Przeprowadzić płatną promocję materiałów filmowych w ciągu realizacji umowy minimum 10-krotnie w równych odstępach czasowych.
- d) Minimalna liczba wyświetleń materiału filmowego musi osiągnąć wartość 50 tysięcy dla Youtube oraz 100 tysięcy dla TikTok.
- e) Wykonawca może po uzgodnieniu z Zamawiającym optymalizować kampanię pod względem rodzaju grupy docelowej w ramach umowy oraz zgłaszać uwagi. Jeśli Wykonawca uważa, że należy wymienić czy zrezygnować z danego materiału reklamowego lub posiada inne spostrzeżenia, może przekazać Zamawiającemu uwagi z rekomendacjami rozwiązania problemu.
- f) Wartość, czyli cena usługi nie zmienia się w sytuacji, kiedy Wykonawca uzyska wskaźniki wyższe od tych, które zaoferował w Ofercie, jak również, kiedy zostaną wprowadzone rekomendacje Wykonawcy, o których mowa w punkcie E.
- g) Po zakończeniu każdego miesiąca Wykonawca przekaże Zamawiającemu w formie elektronicznej raport zawierający informację o efektach optymalizacji kanału i wybranej treści, osiągniętej liczbie odsłon promowanych materiałów filmowych osobno oraz dla materiałów filmowych łącznie.

#### **3c) Dodatkowe wymagania:**

- Raportowanie wyników kampanii, co miesiąc z analizą skuteczności działań.
- Współpraca z działem marketingu BCU w celu zapewnienia spójności komunikacji marki.
- Dostosowanie treści do aktualnych trendów i wydarzeń branżowych.

- W przypadku powyższych mediów społecznościowych: Facebook, Instagram, TikTok i YouTube niedopuszczalne jest tzw. kupowanie lajków czy fanów, np. w przypadku Facebooka niedopuszczalne jest osiąganie wskaźników poprzez sztuczne generowanie polubień strony, np. przy pomocy specjalnych programów lub np. przez osobę posiadającą dużą liczbę sztucznych kont. Nowe polubienia, obserwacje itp. mogą być osiągnięte jedynie w sposób organiczny lub dzięki dodatkowej promocji treści, tj. za pomocą płatnych reklam, postów sponsorowanych itd.
- Zamawiający rości sobie prawo do zgłaszania poprawek na każdym etapie opracowywania materiałów.
- Wykonawca odpowiada za wartość merytoryczną, graficzną i techniczną wykonanych i opublikowanych materiałów.
- Wszystkie opracowywane i publikowane materiały muszą spełniać standardy dotyczące dostępności.
- Wykonawca przekazuje Zamawiającemu autorskie prawa majątkowe do koncepcji strategicznej i kreacji kampanii, w tym wszelkiego rodzaju projektów graficznych oraz wszelkich utworów powstałych na potrzeby niniejszej kampanii. Wykonawca gwarantuje, że elementy powstałe podczas realizacji zadania są materiałami autorskimi. Nie mogą pochodzić z innych produkcji Wykonawcy. Nie mogą też być wykorzystywane (w całości ani w części) do przygotowania innych opracowań Wykonawcy.

#### **4) Strona internetowa:**

Przedmiotem zamówienia jest stworzenie wraz z gwarancją, wsparciem i obsługą posprzedażową witryny internetowej instytucji pn. "Branżowe Centrum Umiejętności" wraz z modułem do nauki zdalnej. Strona będzie miała charakter informacyjny.

Treści prezentowane na stronie będą odpowiadać działaniu Centrum, m.in. będą prezentowane informacje o działaniu BCU, szkoleniach, kursach. Strona BCU będzie służyła jako platforma komunikacyjna pomiędzy zainteresowanymi tematyką strony, internautami z całego świata, mającymi możliwość uczestnictwa w tworzeniu zawartości witryny w wypowiedziach w komentarzach i na forach. Przez wdrożenie Zamawiający rozumie zainstalowanie i uruchomienie na serwerze wskazanym przez Zamawiającego oraz dostarczenie w wersji cyfrowej (pliki źródłowe + pliki z bazy) na pendrive.

##### **1. Dane szczegółowe:**

##### **1) Wymagania dotyczące technologii:**

- a) Strona zbudowana w taki sposób, aby była zgodna ze standardami panującymi w Internecie oraz ze standardami WCAG 2.1. Strona powinna spełniać wymagania Ustawy z 4 kwietnia 2019r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych, wytyczne WCAG 2.1 na poziomie AA czy Decyzję Wykonawczą (UE) 2018/1523
- b) Wykonawca musi opracować warstwę prezentacyjną aplikacji uwzględniającą wymagania WCAG 2.1 na poziomie A i AA. Wszystkie elementy HTML „A” muszą zawierać poprawnie wypełniony atrybut „TITLE”, a elementy „IMG” muszą posiadać poprawnie wypełniony atrybut „ALT”. Aplikacja musi pozwalać na przypisywanie atrybutu „TITLE” i „ALT” do wstawianych w edytorze elementów „A” i „IMG”.



- c) Strona musi być kodowana zgodnie ze standardami W3C: HTML 5, CSS 3 oraz WCAG 2.1. Strona musi przechodzić poprawnie walidacje zgodności z powyższymi standardami przy pomocy narzędzi udostępnionych przez W3C (HTML5: <http://validator.w3.org/>, CSS3: <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>) oraz pod kątem wdrożenia WCAG (np. [www.achecker.ca](http://www.achecker.ca)).
- d) Standard kodowania polskich znaków (potrzebne w przypadku konieczności zamieszczenia polskich nazw obok opisów angielskich): UTF-8 3.0.
- e) W serwisie musi zostać umieszczony komunikat o korzystaniu z plików cookie. Komunikat musi zawierać przyciski „polityka prywatności” oraz opcje wyboru „zaakceptuj wszystko”, „zaakceptuj tylko niezbędne”, „odrzuć wszystko”. Treść komunikatu oraz link otwierany po kliknięciu na przycisk „polityka prywatności” będzie określany przez administratora strony. Przycisk „zgadzam się” ma ukrywać komunikat oraz zapisać informację, że użytkownik zapoznał się z jego treścią.
- f) Strona musi być zaprojektowana zgodnie z zasadami Responsive Web Design (RWD). Wersja na urządzenia mobilne będzie generowana automatycznie bez ingerencji administratorów strony.
- g) Całość strony musi opierać się wyłącznie o takie technologie, które mogą być dalej wykorzystywane i rozwijane bez konieczności zakupu dodatkowych licencji ani oprogramowania (tj. powinna opierać się o rozwiązania typu open source).
- h) Cały serwis winien być wykonany z użyciem najlepszych praktyk budowania stron, zgodnie ze standardami tworzenia stron internetowych W3C dla HTML, XHTML, CSS oraz zoptymalizowane pod kątem czasu ładowania.
- i) przyjazne linki,
- j) wspomaganie przeglądarek i systemów w celu poprawnego wyświetlania strony,
- k) witryna powinna wyświetlać się poprawnie w systemach:
  - Windows/PC,
  - MacOS/Apple,
  - Linux.
- l) witryna powinna wyświetlać się poprawnie w przeglądarkach:
  - Mozilla Firefox
  - Safari
  - Konqueror
  - Seamonkey
  - Edge
  - Opera
  - Chrome

## 2) Struktura serwisu:

- a) Podział treści zawartych w serwisie na różne typy zawartości, jak np. aktualności, blog, multimedia czy archiwum i zarządzanie nimi poprzez panel administracyjny
- b) System zarządzania treścią ma spełniać wymagania Zamawiającego odnośnie zarządzania treścią.
- c) Zestaw aplikacji lub modułów wyposażony w interfejs, dzięki któremu redaktorzy strony będą mogli samodzielnie i na bieżąco aktualizować i rozbudowywać stronę, zarządzać zawartością (treścią oraz grafikami) na stronie, w tym układzie zawartości, aktualizowanie treści, tworzenie (dodawanie) nowych działów, podstron, załączników, szablonów, materiałów multimedialnych, grafik itp.;
- d) Czytelność i łatwość w obsłudze dla osób, które posiadają jedynie ogólną wiedzę na temat obsługi komputera oraz edytora treści oraz umożliwiać szybkie zarządzanie zawartością oraz publikowanie treści;
- e) Struktura witryny przyjazna dla użytkowników, zgodna z istniejącymi trendami w sieci Internet
- f) Stworzenie różnych systemów nawigacji, głównej i pomocniczych, które będzie można tworzyć i edytować przez panel administracyjny. Wykorzystanie w serwisie systemów nawigacji krokowej, stronicowej, ścieżek nawigacyjnych, menu dynamicznego, nawigacji drzewiastej, map witryn, w razie potrzeby katalogów, indeksów alfabetycznych.
- g) Możliwość dodawania materiałów multimedialnych i graficznych na stronie głównej oraz wszystkich podstronach. Możliwe powinno być także dodawanie materiałów YouTube i zamieszczonych w podobnych serwisach;
- h) Możliwość wprowadzania opisów publikowanych materiałów multimedialnych w postaci tytułu, grafiki, szerszego opisu, zajawki. Pliki audio/video będą wyświetlane albo w miniodtwarzaczu, zagnieżdżonym w stronie, albo jako pliki do pobrania, zależnie od decyzji edytora na poziomie systemu CMS;
- i) Możliwość załączania i odtwarzania formatów plików audio/video, co najmniej \*.avi, \*.wmv, \*.mpg, \*.mpeg, \*.wma, \*.wav, \*.mp3, \*.mp4;
- j) Możliwość załączania grafik z funkcjonalnością automatycznego i manualnego zmniejszania do określonego rozmiaru w oryginalnej lub zadanej proporcji oraz automatycznego generowania miniatur;
- k) Możliwość dodawania plików z rozszerzeniami co najmniej jpg, gif, png, pdf, doc, docx, xls,xlsx, ppt, pptx, odt, ods, rtf, txt, rar, zip;
- l) Możliwość zapisania wersji roboczej oraz wyświetlenie podglądu widoku danych elementów przed publikacją - podgląd ma wyświetlać widok dokładnie taki, jaki będą miały treści po opublikowaniu;
- m) Edytor musi mieć dostępne narzędzie do łatwego zarządzania grafiką dla każdej podstrony, umożliwiające dodawanie, usuwanie, edycję;
- n) W systemie CMS będzie możliwość zarządzania jego użytkownikami (dodawanie nowych, edycja istniejących, zmiana imienia i nazwiska użytkownika, adresu e-mail zmiana hasła,

usuwanie użytkowników, włączenie/wyłączenie użytkownika, przypisanie uprawnień użytkownikowi do edycji poszczególnych komponentów strony);

### **3) Wymagania systemowe odnośnie administrowania i redagowania strony**

- a) System musi umożliwić administratorom i edytorom samodzielne tworzenie i administrowanie stroną i jej podstronami oraz wypełnianie jej zawartością.
- b) System musi umożliwić stworzenie struktury serwisu w formie drzewiastej z ograniczoną ilością zagłębień (m.in. poprzez dodawanie, edycję, usuwanie stron i podstron, pokazywanie/ukrywanie stron w menu itp.).
- c) Zmiany w zakresie struktury i organizacji treści na bazie polskiej wersji strony mogą podlegać konsultacjom między Wykonawcą a Zamawiającym.

#### **d) Wyszukiwarka**

Będzie widoczna na każdej z podstron. Wpisanie hasła spowoduje przeszukanie wszystkich treści strony, wyszukiwanie będzie natomiast opierać się o podobieństwo do poszukiwanej frazy wpisanej w zapytaniu.

#### **e) Galeria**

Umożliwi automatyczne generowanie miniatur grafik, możliwość dodawania jednego lub większej liczby zdjęć naraz (import masowy), możliwość utworzenia pokazu slajdów z automatycznym skalowaniem w przypadku dodawania grupowego, wyświetlanie zdjęć ze strzałkami „dalej” oraz „wstecz” bez konieczności przechodzenia na następną stronę, możliwość przygotowania galerii w dowolnym artykule/podstronie.

#### **f) Baner/slider**

Administrator/edytor strony będzie mógł definiować banery na stronie głównej i/lub podstronach, jak również kolejność wyświetlania banerów.

Dla każdego z banerów możliwe będzie zdefiniowanie:

- zdjęcia lub zdjęć o stałym formacie zależnie od jego umiejscowienia;
- opisu/opisów;
- linku/linków, do których będzie przenosił baner/slider;
- czasu zmiany grafiki na kolejną.

Box banera będzie automatycznie przewijał banery (np. co 5 sekund), jak również umożliwiał ręczne przechodzenie między banerami.

#### **g) Strony błędów**

Wykonawca wykona strony informujące o błędach serwera/nieodnalezionej treści. W przypadku błędu nieodnalezienia treści (Błąd 404), serwis zaprezentuje przyjazną stronę przeproszącą za błąd, informującą o nieodnalezieniu treści i proponującą powrót do poprzedniej strony lub strony głównej.

#### **h) Cookies**

Wykonawca przygotuje strony informujące o polityce wykorzystywania plików cookies do celów statystycznych. Informacja pojawi się podczas pierwszej wizyty użytkownika na stronie.

i) **RODO**

Strona musi mieć możliwość wyświetlania komunikatów na stronie głównej dotyczących przetwarzania danych osobowych zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, Str. 1)

j) **Pobieranie/drukowanie treści strony**

Będzie istniała funkcjonalność pobierania oraz drukowania wszystkich informacji, grafik i zdjęć na stronie.

k) **Integracja treści z serwisami społecznościowymi**

Strona umożliwi automatyczne udostępnienie treści danej strony lub grafiki na portalach społecznościowych (Facebook, X, LinkedIn) bez konieczności manualnego dodawania treści na te portale.

**4) Wstępne wymagania dotyczące witryny i bezpieczeństwa:**

- a) Wygląd ogólny – strona ma być przejrzysta i czytelna. Grafika o stonowanych kolorach, nawiązująca do logotypu. Wyraźnie zaznaczone linki. Strona optymalizowana do wyświetlania w różnych rozdzielczościach na różnych urządzeniach (stacjonarnych i mobilnych).
- b) Materiały merytoryczne do witryny internetowej w postaci tekstów i nazw zakładki dostarczy odbiorca strony BCU,
- c) Strona będzie zawierać moduł do nauki zdalnej, na której można publikować materiały szkoleniowe w formie lekcji interaktywnych, nagrań ze szkoleń, wykładów a także tworzyć quizy czy prowadzić szkolenia synchroniczne w formie wideokonferencji.
- d) Strona w dużym stopniu dostępna po wyłączeniu stylów css oraz/lub grafiki. Wygląd adekwatny do tematyki strony.
- e) Poprawki wybranego layoutu zgodnie z wskazówkami Zamawiającego;
- f) Wykonawca zobowiązuje się do zapewnienia bezpieczeństwa strony internetowej oraz jej zawartości w zakresie, który jest konieczny do tego, aby strona działała bezpiecznie, sprawnie i prawidłowo i w taki sposób przebiegała również jej obsługa; zgodnie z wymaganiami Zamawiającego.
- g) Poziom bezpieczeństwa zapewnionego przez Wykonawcę uniemożliwi uzyskanie jakiegokolwiek nieautoryzowanego dostępu do serwerów, baz danych strony, w tym włamań; w szczególności dostępu, który mógłby zakłócić funkcjonowanie strony, spowodować zamieszczanie treści, ich usuwanie lub edycję.
- h) Serwis musi spełniać wymagania najlepszych praktyk dotyczących bezpieczeństwa.

- i) Konieczne jest, by istniała możliwość generowania kopii zapasowych. Kopie powinny być tworzone automatycznie nie rzadziej niż raz na 24 godziny.
- j) Powinno być dostępnych minimum 30 ostatnio wykonanych kopii zapasowych.
- k) Wymagana jest możliwość przywrócenia wybranej kopii zapasowej w ciągu maksymalnie 4 godzin.
- l) Strona oraz CMS muszą posiadać zabezpieczenie dostępu do panelu administracyjnego z pomocą hasła (połączenie szyfrowane z wykorzystaniem protokołu TLS 1.1 lub wyższego).
- m) Dane logowania do strony/CMS muszą być przechowywane w formie zaszyfrowanej.
- n) Przekazanie Zamawiającemu kopii witryny na nośniku pendrive, w dniu oddania witryny do użytkowania
- o) Szkolenie pracowników Zamawiającego, w obsługi strony internetowej
- p) Stworzenie papierowego podręcznika użytkownika witryny, zawierający opis funkcji panelu administracyjnego.

**5) Opis wymagań funkcji udostępnionych w witrynie (funkcje administracyjne dostępne w panelu zarządzania):**

- a) Samodzielne dodawanie i zarządzanie treścią przez użytkowników systemu
- b) Dodawanie treści tekstowych przy wykorzystaniu edytora HTML
- c) Zarządzanie komentarzami do publikowanych treści, włączanie lub wyłączanie formularza komentowania dla każdego elementu wprowadzonej treści na stronę
- d) Możliwość dodawania plików, załączników, w dowolnym formacie, przyporządkowanych do wprowadzanej treści
- e) Możliwość edycji linków dla każdego elementu witryny
- f) Tworzenie i zarządzanie systemem menu
- g) System zarządzania uprawnieniami użytkowników i administratorów
- h) Możliwość dodawania nowych użytkowników systemu, zarządzanie kontami, przydzielanie uprawnień
- i) Możliwość definiowania dowolnych nowych rodzajów treści – udostępniania przez panel administracyjny witryny (np. artykuł, blog, zdjęcie, film, plik dźwiękowy, forum, itp.)
- j) Tworzenie i kategoryzowanie zawartości poprzez system słowników
- k) Chmury oznaczeń, czyli system tagów
- l) Wyszukiwarka na stronie
- m) Statystyki i raporty dotyczące działania witryny
- n) Forum, możliwość moderacji wypowiedzi, filtr antyspamowy
- o) Formularze, możliwość tworzenia nowych formularzy poprzez panel administracyjny
- p) Wykorzystanie Google Analytics

- q) Wykorzystanie newsletter
- r) Mapa witryny w formacie XML, przyjazna dla wyszukiwarek

## **6) Zgodność rozwiązania z przepisami prawnymi, standardami i wytycznymi**

1. Przedmiot zamówienia musi być w pełni zgodny z następującymi przepisami prawnymi, standardami i wytycznymi:
  - a) Ustawą z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (tj. Dz.U. 2020 poz. 344) wraz z aktami wykonawczymi;
  - b) Ustawą z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj., Dz. U. 2022 poz. 2509;
  - c) Standardem W3C;
  - d) Standardem CSS3;
  - e) Standardem WCAG 2.1.;
  - f) Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), którego obowiązek stosowania określono na dzień 25 maja 2018 r.
2. W sytuacji zmiany przepisów powszechnie obowiązującego prawa w okresie trwania Umowy, Wykonawca w ramach wynagrodzenia, zaoferowanego w Formularzu ofertowym/zmówieniu publicznym, dokona dostosowania strony internetowej do zmienionych przepisów, najpóźniej przed dniem ich wejścia w życie. W przypadku, w którym wejście w życie zmienionych przepisów następuje w dniu wcześniejszym niż 14 dni od dnia ich ogłoszenia, Wykonawca dokona dostosowania strony internetowej do zmienionych przepisów w terminie 14 dni od dnia wejścia w życie zmienionych przepisów. W celu uniknięcia wszelkich wątpliwości, dostosowanie strony, o którym mowa w zdaniu powyżej, nie jest traktowane jako prace rozwojowe, o których mowa w poszczególnych rozdziałach OPZ.

## **7) Gwarancja, wsparcie i obsługa posprzedażowa**

1. Wykonawca udzieli gwarancji na wykonaną stronę na 36 miesięcy od wdrożenia potwierdzonego protokołem z odbioru przedmiotu zamówienia.
2. W ramach gwarancji Zamawiający wymaga, aby Wykonawca zapewnił, że nieprawidłowości, błędy, usterki w funkcjonowaniu systemu będą usuwane w okresie do 24 godzin od momentu zgłoszenia w formie telefonicznej lub mailowej.
3. W ramach opieki posprzedażowej świadczone będą następujące usługi:
  - a) Konsultacja z wsparciem technicznym
  - b) Zdalne udzielanie pomocy i wskazówek przez Wykonawcę w zakresie uzyskania pożądanego efektu związanego z procesem użytkowania/rozwijania strony
  - c) Usuwanie bieżących wad, błędów, problemów z funkcjonowaniem strony i CMS
  - d) Minimum comiesięczną optymalizację oraz przeglądy strony internetowej, instalację aktualizacji niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania, stabilności oraz bezpieczeństwa strony.

4. Wykonawca zobowiązuje się do prowadzenia prac technicznych nad stroną w czasie wcześniej ustalonym z Zamawiającym.
5. Prace nad tworzeniem strony nie mogą powodować żadnych niedogodności dla użytkowników strony
6. Oddana strona internetowa musi być w pełni gotowa do użytku bez konieczności ponoszenia żadnych dodatkowych kosztów przez Zamawiającego (np. licencji, autorskich praw majątkowych). Ewentualne koszty dodatkowych licencji, które okażą się konieczne na etapie realizacji zamówienia muszą zostać poniesione przez Wykonawcę, a prawo do wykorzystania tychże licencji zostanie przeniesione na Zamawiającego.

#### **8) Dodatkowe informacje**

1. Wykonawca zobowiązuje się wykonać, uruchomić oraz oddać stronę na serwerze Zamawiającego.
2. Wykonawca przeszkoli administratorów/redaktorów strony (do 5 osób) w wymiarze co najmniej 3 godzin zegarowych w zakresie obsługi dedykowanego systemu CMS, zgodnie z zapisami umowy.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzania modyfikacji oraz zgłaszania uwag i sugestii na każdym etapie realizacji strony.
4. Wykonawca we współpracy z Zamawiającym uruchomi stronę internetową na przygotowanej infrastrukturze teleinformatycznej oraz udostępni wszystkie funkcjonalności wraz z aktualnymi danymi strony internetowej.
5. Domena jest wykupiona przez Wykonawcę.
6. Wykonawca przeniesie autorskie prawa majątkowe do strony (grafika, układ itp.) oraz udzieli licencji dla systemu/oprogramowania CMS, nieograniczonej czasowo i terytorialnie.
7. Wykonawca musi być uprawniony do przeniesienia na Zamawiającego majątkowych praw autorskich do przedmiotu zamówienia. Przeniesienie majątkowych praw autorskich dotyczy wszystkich pól eksploatacji przewidzianych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 2019, poz. 1231 ze zmianami).
8. Wykonawca jest zobowiązany umieścić w widocznym miejscu strony oznaczenie (zgodnie z wytycznymi dotyczącymi oznaczania źródła dofinansowania). Wzory oznaczeń Zamawiający prześle Wykonawcy w terminie 7 dni roboczych od dnia podpisania umowy.