**Opis Przedmiotu Zamówienia**

**Opis przedmiotu zamówienia:**

**Przedmiotem zamówienia jest usługa wynajmu elektronicznych nośników reklamowych i emisja 15- sekundowego spotu promującego Europejski Korpus Solidarności na uczelniach wyższych.**

* emisja spotów ma mieć miejsce na ekranach zlokalizowanych na uczelniach wyższych w całej Polsce.
* Zamawiający posiada materiał źródłowy: jeden spot, czas trwania: 15 sekund.
* spot zostanie przekazany Wykonawcy drogą elektroniczną w terminie do 3 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy.
* Zamawiający nie dopuszcza emisji reklamy na nośnikach poza uczelniami wyższymi.

**Czas emisji:** 14 dni kalendarzowych. Data ostatniego dnia emisji nie później niż 12 grudnia 2022 r. Okres emisji musi obejmować termin 5 grudnia 2022 r.

**Zasięg emisji:** cały kraj.

**Warunki emisji:**

* emisja będzie prowadzona każdego dnia wskazanego okresu zgodnie z ustalonym harmonogramem stanowiącym załącznik do umowy.
* 100% emisji spotów będzie przypadało na czas 08:00-18:00.
* minimalna liczba wyświetleń spotów na godzinę: 5.
* minimalna liczba uczelni wyższych: 35.
* minimalna liczba ekranów: 200.

**Zadania po stronie Wykonawcy:**

* emisja spotu na min. 200 ekranach w min. 35 uczelniach w kraju.
* posiadanie lub wynajem elektronicznych nośników – ekranów LCD lub innych o nie gorszych parametrach umożliwiających emisję spotu z zachowaniem odpowiedniej jakości.
* Wykonawca dostosuje przekazany przez Zamawiającego spot do wymagań technicznych danego systemu ekspozycyjnego.
* Wykonawca w dniu podpisania umowy przekaże Zamawiającemu harmonogram emisji spotów. Zamawiający akceptuje lub nanosi zmiany w harmonogramie w ciągu 3 dni od dnia podpisania umowy.
* Wykonawca wraz z harmonogramem przekaże Zamawiającemu listę uczelni wyższych, na których będzie emisja spotu.
* Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia bieżącej kontroli jakości emisji spotu i prawidłowego działania nośnika, na którym prowadzona jest emisja. W przypadku awarii ekranu Wykonawca zobowiązuje się wznowić emisję i wyemitować pominiętą liczbę wyświetleń.
* Wykonawca dostarczy Zamawiającemu, wraz z fakturą, raport z realizacji usługi. Raport powinien zawierać dane o liczbie wyświetlonych spotów. Wykonawca zobowiązany jest dołączyć do raport potwierdzający liczbę nośników reklamowych wraz z wskazaną ich lokalizacją.

**Zadania po stronie Zamawiającego:**

* Zamawiający dokona płatności za należycie wykonaną usługę na rzecz Wykonawcy, na zasadach i warunkach określonych w umowie.
* Zamawiający przekaże Wykonawcy spot do emisji:
1. długość spotu: 15 sekund.
2. animacja z napisami.
* Zamawiający zastrzega sobie możliwość osobistego skontrolowania emisji spotu w lokalizacjach objętych umową.

**Warunki realizacji zamówienia:**

1. Wymagany termin realizacji zamówienia: 14 dni kalendarzowych. Data ostatniego dnia emisji nie później niż 12 grudnia 2022 r. Okres emisji musi obejmować termin 5 grudnia 2022 r.
2. Miejsce realizacji zamówienia: cała Polska, w tym obowiązkowo uczelnie z Warszawy, Krakowa, Gdańska, Poznania, Wrocławia, Lublina, Szczecina.
3. Warunki płatności: faktura wystawiona i przekazana do 7 dni od dnia ostatniej emisji spotu. Podstawą do wystawienia faktury jest protokół odbioru, w którym przedmiot umowy został odebrany bez zastrzeżeń; płatność 14 dni kalendarzowych na podstawie prawidłowo wystawionej faktury.

**Warunki udziału w postępowaniu:**

Warunkiem udziału w postępowaniu jest należyte wykonanie przez Wykonawcę w okresie ostatnich 2 lat przed upływem terminu składania ofert (a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie), co najmniej 2 podobnych zamówień o wartości min. 30 000 zł brutto.

Na potwierdzenie spełnienia tego warunku Wykonawca musi złożyć: wykaz usług wraz z dowodami (np. referencjami) potwierdzającymi należyte wykonanie usług lub oświadczenie dotyczące wykonania takich usług. Dokumenty te należy dołączyć do oferty.

**Opis kryteriów oceny ofert:**

1. Kryterium – cena. Waga kryterium - 50%
2. Kryterium – liczba emisji spotu. Waga kryterium - 25%
3. Kryterium – liczba ekranów biorących udział w kampanii. Waga kryterium - 25%