



Załącznik Nr 3 do SWZ

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

I. KONTEKST ZAMÓWIENIA

Opis Projektu „Akademia Innowacyjnych Zastosowań Technologii Cyfrowych (AI Tech)”
Zamówienie realizowane jest na potrzeby projektu pn. „Akademia Innowacyjnych Zastosowań Technologii Cyfrowych (AI Tech)” dofinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014 – 2020, Oś priorytetowa 3 „Cyfrowe kompetencje społeczeństwa”, Działanie 3.2 „Innowacyjne rozwiązania na rzecz aktywizacji cyfrowej.”

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, jako Beneficjent realizuje projekt AI Tech w partnerstwie z następującymi Uczelniami:

Politechniką Gdańską;
Politechniką Poznańską;
Politechniką Wrocławską;
Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
Uniwersytetem Warszawskim.

Celem głównym Projektu jest stworzenie modelu systemowego kształcenia wysokiej klasy specjalistów w zakresie sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego oraz cyberbezpieczeństwa. Cel zostanie osiągnięty dzięki ścisłej współpracy uczelni, administracji centralnej oraz wiodących firm działających w obszarze technologii cyfrowych.

Cel główny projektu wpisuje się w cel szczegółowy nr 5 POPC: Zwiększenie stopnia oraz poprawa umiejętności korzystania z internetu, w tym z e-usług publicznych poprzez następujące działania:

- rozwój ponadpodstawowych kompetencji cyfrowych, w tym umiejętności ściśle informatycznych;
- przygotowanie i przeprowadzenie studiów II stopnia w zakresie sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego oraz cyberbezpieczeństwa;
- pobudzanie kreatywności oraz promowanie interdyscyplinarnej współpracy;



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW



- współpracę krajową oraz międzynarodową ze specjalistami (zarówno naukowcami oraz przedstawicielami z branży) w zakresie sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego oraz cyberbezpieczeństwa;
- realizację projektów informatycznych, a także tutoring.

Rezultaty projektu:

W efekcie realizacji Projektu zostanie wypracowany i przetestowany model systemowego kształcenia wysokiej klasy specjalistów w zakresie sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego i cyberbezpieczeństwa, co pozytywnie wpłynie na rozwój polskiej nauki oraz konkurencyjność gospodarki.

Projekt zakłada przygotowanie przynajmniej trzech modelowych programów kształcenia na studiach II stopnia w obszarze sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego oraz cyberbezpieczeństwa oraz realizację co najmniej 60 projektów informatycznych. Realizacja projektu AI Tech pozwoli na rozwinięcie kompetencji cyfrowych w zakresie studiów II stopnia u minimum 265 osób (w tym kobiety: 41, mężczyźni: 224).

Wypracowane rozwiązanie jest wdrażane na szeroką skalę w latach 2021-27 przez różne ośrodki akademickie, również te nie mające doświadczenia w zakresie dydaktyki w ww. obszarach. Będzie to bezpośrednia odpowiedź na coraz bardziej widoczne potrzeby wynikające z dynamicznie postępującej transformacji cyfrowej. Ponadto w efekcie realizacji Projektu grupa uczestników studiów wyższych posiada zaawansowane umiejętności w zakresie sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego i cyberbezpieczeństwa.

Korzyści projektu:

Wypracowanie i przetestowanie systemowego modelu kształcenia: na poziomie studiów wyższych wysokiej klasy specjalistów ICT, wraz ze szczegółowymi programami kształcenia, programami stażowymi oraz materiałami edukacyjnymi.

Odbiorcy projektu:

Projekt skierowany jest do dwóch grup odbiorców ostatecznych: uczelni, które będą korzystały ze wsparcia w zakresie wdrażania wypracowanych rozwiązań oraz uczestników studiów stacjonarnych II stopnia w ramach kierunków z obszarów sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe, cyberbezpieczeństwo.

Zadania realizowane w ramach projektu:

Projekt obejmuje realizację następujących zadań:

Powołanie konsorcjum uczelni w celu wdrożenia wytycznych kształcenia;

Powołanie Rady Programowej Projektu, sprawującej merytoryczny nadzór nad całością realizacji Projektu, w tym w zakresie opracowania wytycznych programów kształcenia, jak i oceny merytorycznej programów kształcenia;

Opracowanie wytycznych programów kształcenia studiów II stopnia, konsultacje z szeroką grupą interesariuszy Projektu;

Przeprowadzenie studiów II stopnia w oparciu o wypracowane wytyczne w uczelniach należących do konsorcjum;



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW



Analiza doświadczeń konsorcjum uczelni oraz wypracowanie modelu systemowego kształcenia wysokiej klasy specjalistów w obszarach sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego i cyberbezpieczeństwa;

Działania informacyjno-promocyjne;

Monitoring i ewaluacja Projektu, wypracowywanie wniosków i założeń potrzebnych do realizacji Projektu na szeroką skalę w latach 2021-2027.

W tym:

- Zadania Lidera projektu: nadzór nad realizacją projektu, przygotowanie szkoły letniej, promocja projektu oraz koordynacja prac Rady Programowej, analizy, ekspertyzy, badania.

- Zadania Partnerów: prowadzenie studiów II stopnia w zakresie sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego i cyberbezpieczeństwa; opieka/tutoring, współpraca krajowa i międzynarodowa z wiodącymi uczelniami w obszarze sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego i cyberbezpieczeństwa; współpraca z przedsiębiorstwami (staże/system dualny/wizyty studyjne), przygotowanie szkoły letniej oraz przedsięwzięcia informatyczne realizowane przez uczestników studiów we współpracy z przedsiębiorstwami oraz administracją państwową.

II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA, CEL ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na zaplanowaniu, przygotowaniu i przeprowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych (kampania) w ramach projektu „Akademia Innowacyjnych Zastosowań Technologii Cyfrowych (AI Tech)”.

Wykonawca przygotowuje i zrealizuje płatną kampanię reklamową dla projektu AI Tech.

Kanały kampanii:

1. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, reklamy Google i pozycjonowanie w wyszukiwarce Google,
2. materiały poligraficzne, tj. ulotki i plakaty informacyjno-promocyjne, tablice pamiątkowe.

Tematy do komunikowania w trakcie kampanii:

Kampania reklamowa musi się skupiać na informacji o Projekcie. Kampania powinna przedstawić założenia, cele i osiągnięte efekty Projektu.

Cel działań informacyjno-promocyjnych:

Celem głównym działań (kampanii) jest możliwie szeroka promocja i zwiększenie rozpoznawalności Projektu poprzez informowanie o bieżących wydarzeniach, efektach branżowej współpracy międzynarodowej i krajowej oraz o sukcesach polskich studentów w zakresie nowoczesnych technologii ICT.

Cele marketingowe:

W wyniku kampanii internetowej zostaną zrealizowane działania:

- A. w serwisie Facebook: Aktualności, Stories, Messenger,
- B. w serwisie Instagram: Aktualności i Stories,
- C. w serwisie LinkedIn: Aktualności,
- D. w serwisie Twitter: Tweety i Trendy,
- E. reklamy w serwisie YouTube: in-video, oraz reklamy w wyszukiwarce Google: Google Display Network.



Fundusze
Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW



- Reklamy na YouTube i Google powinny przekierowywać do strony Zamawiającego poświęconej projektowi. Reklamy na YouTube i Google w wyniku kampanii internetowej doprowadzą do wygenerowania nie mniej niż 200 000 kliknięć (wskaźnik). Do wskazanego limitu kliknięć nie wlicza się kliknięć za pomocą kliknięć dokonywanych przez roboty internetowe czy działań podobnych.
- Pozycjonowanie strony internetowej Zamawiającego w wyszukiwarce Google z osiągnięciem Top10.
- Plakaty i ulotki - powinny przedstawić założenia i osiągnięte cele Projektu.

Cele komunikacyjne:

- dotarcie z precyzyjną informacją o Projekcie i efektach Projektu (co powstało i co może powstać dzięki Projektowi oraz jak przebiegały studia i jakie korzyści zostały dzięki nim osiągnięte np. staże, konferencje naukowe, przyszła kariera zarobkowa lub naukowa);
- informowanie o korzyściach kształcenia i szansach po kształceniu określonych w Projekcie;
- zwiększenie świadomości i rozpoznawalności Projektu;
- zachęcenie do rozwoju i stosowania sztucznej inteligencji lub uczenia maszynowego lub wprowadzania narzędzi cyberbezpieczeństwa w przedsiębiorstwach;
- wypromowanie nowej, wykształconej dzięki Projektowi kadry, która wchodzi na rynek pracy;
- pokazanie szans i możliwości zastosowania przez uczelnie wyższe trzech modeli kształcenia (cyberbezpieczeństwo, uczenie maszynowe, sztuczna inteligencja), które powstaną dzięki Projektowi.

Cele mediowe:

- precyzyjne dotarcie do grupy docelowej z wykorzystaniem możliwości targetowania.

III. GRUPA DOCELOWA

Wykonawca powinien tak targetować kampanię, aby była ona ukierunkowana na:

1. studentów,
2. przedsiębiorców, którzy wykorzystują w swojej działalności nowe technologie,
3. osoby przedsiębiorcze, które chcą założyć własną firmę, która w swojej działalności ma wykorzystywać nowe technologie,
4. startupy zajmujące się nowymi technologiami,
5. osoby z kadry zarządzającej przedsiębiorstwem zajmującym się nowymi technologiami,
6. osoby zatrudnione w szkolnictwie wyższym, naukowcy, osoby odpowiedzialne za rozwój uczelni

IV. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Od dnia podpisania umowy do dnia 20.11.2023 r.

V. PODSTAWOWE ZADANIA WYKONAWCY

1. Zadania Wykonawcy w zakresie kampanii internetowej:



Fundusze
Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020.

KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW



- a. Przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii, znalezienie insightu, wskazanie korzyści oraz szczegółowe określenie tonu przekazu i dopasowanie go do specyfiki grupy docelowej pod kątem zrozumienia jej potrzeb, oczekiwań oraz korzyści, które są uznawane przez nią za atrakcyjne.
- b. Koncepcja kreatywna powinna pokazywać poszczególne Uczelnie, które są partnerami Projektu przez pryzmat korzyści, konkretnych nowości modelu kształcenia zgodnie z Projektem, które będą przedstawione w ciekawy sposób, z ukazaniem szans, jakie pojawią się przed nowymi kadrami wykształconymi za pomocą Projektu (np. ciekawy model kształcenia, perspektywa bycia w czołówce europejskiej i światowej przyszłych specjalistów ICT, szansa na rynku pracy, na rynku biznesowym i startupów itp.).
- c. Przygotowanie tekstów do postów i produkcja kreacji graficznych do mediów społecznościowych i na strony internetowe, w oparciu o zaproponowaną koncepcję kreatywną, niezbędnych do zrealizowania kampanii, z uwzględnieniem, że posty w mediach społecznościowych muszą pojawiać się z częstotliwością nie mniejszą niż 2 razy w miesiącu (nie mniej niż w całym okresie kampanii w liczbie 30 sztuk) oraz że w każdym poście i reklamie powinny pojawiać się nowe kreacje graficzne stworzone na bazie koncepcji kreatywnej. Kreacje powinny być dostosowane do specyfiki mediów, w których będą prezentowane treści. Koncept musi być wspólny dla wskazanych grup docelowych, tzn. zawierać spójne elementy (np. hasło, charakterystyczne elementy wizualne lub inne), natomiast poszczególne egzekucje powinny być dostosowane do grupy docelowej, medium i Projektu, którego dotyczą. Kreacje powinny być uzupełniane materiałami edukacyjnymi np. infografikami, grafikami instruktażowymi itp.
- d. Przygotowanie i produkcja filmów w odpowiedniej jakości i w standardzie (nie gorszym niż w jakości Full HD 1080p - w formacie 1920 x 1080 i specyfikacji technicznej nie gorszej niż: dla obrazu Full HD 1920p / 50 Hz / 16:9 / H.264 oraz dźwięku PCM lub AAC / 48 kHz / 16 bitów, o długości nie mniejszej niż 28 sekund), z przeznaczeniem do zamieszczenia w formie postów w mediach społecznościowych, umieszczanych z częstotliwością nie mniej niż 1 raz w miesiącu (nie mniej niż w całym okresie kampanii w liczbie 14 sztuk).
- e. Reklamy odpowiednio targetowane na platformie YouTube i reklamy Google, z przekierowaniem do strony Zamawiającego, powinny odpowiadać celowi kampanii, głównie przedstawić założenia i osiągnięte cele Projektu oraz ukazywać Partnerów Projektu oraz ukazywać osiągnięcia Partnerów i studentów Projektu. Publikacja reklam w serwisie YouTube oraz w Google powinna być tak przeprowadzona, aby wpisywać się w osiągnięcia zamawianego wskaźnika.
- f. Wszelkie reklamy, grafiki i filmy muszą zawierać obowiązkowe oznakowania zgodnie z Zasadami promocji i oznakowania projektów zgodnie z "Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki 2014-2020 w zakresie informacji i promocji" oraz logotypem Projektu zgodnego z Księgą znaku.
- g. Wszelkie reklamy, teksty do postów, grafiki i filmy muszą uzyskać akceptację Zamawiającego. W tym celu projekty reklam, teksty do postów, grafiki lub filmy będą wysłane przez Wykonawcę za pośrednictwem poczty elektronicznej do Zamawiającego na adres e-mail:... w



Fundusze Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





terminie do 3 pełnych dni roboczych przed dniem planowanej publikacją. Od chwili otrzymania materiałów Zmawiający będzie mógł wnieść uwagi w terminie 2 dni roboczych. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić zgłoszone uwagi i przekazać poprawione materiały Zamawiającemu nie później niż w dniu poprzedzającym dzień publikacji.

- h. Wszelkie grafiki, reklamy i filmy muszą odpowiadać standardom Web Content Accessibility Guidelines – WCAG 2.1, w tym w szczególności:
- Wytyczna 1.2 Media zmienne w czasie (audio, video): Dostarczona zostanie alternatywa dla mediów zmiennych w czasie w postaci napisów rozszerzonych, audiodeskrypcji, zapisu tekstowego nagrań audio.
 - Wytyczna 1.3 Możliwość adaptacji: W ramach projektu tworzone będą treści, które mogą być prezentowane na różne sposoby (np. uproszczony układ wizualny), bez utraty informacji czy struktury (informacje, struktura, relacje, kolejność).
 - Wytyczna 1.4 Możliwość rozróżnienia: Użytkownik będzie miał możliwość dobrze widzieć bądź słyszeć treści - możliwość oddzielenia informacji od tła:
 - o wizualne przedstawienie tekstu lub obrazu tekstu będzie posiadało kontrast wynoszący przynajmniej 4,5: 1, poza wyjątkami wskazanymi w wytycznych WCAG
 - o oprócz napisów rozszerzonych w materiałach multimedialnych oraz w postaci grafiki, rozmiar tekstu będzie mógł zostać powiększony do 200% bez użycia technologii wspomagających oraz bez utraty treści lub funkcjonalności
 - o wykorzystywanie tekstu, nie zaś tekstu w postaci grafiki, poza wyjątkami wskazanymi w wytycznych WCAG
 - Wytyczna 2.1 Dostępność z klawiatury: Zapewniona zostanie dostępność wszystkich funkcjonalności za pomocą klawiatury.
 - Wytyczna 2.3 Ataki padaczki: Treści będą projektowane w taki sposób, aby nie prowokować ataków padaczki (ograniczenie błysków, migotania).
 - Wytyczna 3.1 Możliwość odczytania: Treść będzie zrozumiała i możliwa do odczytania przez programy komputerowe użytkowników.
 - Wytyczna 4.1 Kompatybilność: wykonawcy treści online będą zobligowani do zachowania maksymalnej kompatybilności z obecnymi oraz przyszłymi programami użytkowników, w tym z technologiami wspomagającymi.
- i. Przygotowanie, w ciągu 21 dni od dnia podpisania umowy, szczegółowego media planu dla kampanii, w szczególności zawierającego informacje o planowanej liczbie wyświetleń, kliknięć, sposobie targetowania do grupy docelowej w podziale na miesiące i poszczególne media; plan kampanii w wyszukiwarce Google zawierający informacje o słowach kluczowych i przypisanych do nich treści. W kampanii w wyszukiwarce Google Wykonawca musi wykorzystać słowa kluczowe związane z nowymi technologiami (np. sztuczna inteligencja w Polsce, uczenie maszynowe, cyberbezpieczeństwo, cyfryzacja, cyfrowa Polska, nowe technologie).
- j. W toku kampanii media plan powinien być optymalizowany w szczególności, jeżeli będzie to wynikało z rekomendacji zawartych w miesięcznych raportach z zastrzeżeniem, że całość działań musi być zgodna z OPZ.



Fundusze Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





- k. Przygotowanie, w ciągu 21 dni od dnia podpisania umowy, planu zakupu mediów kampanii w Internecie zawierającego szczegółową strategię w podziale na grupy docelowe, w szczególności zawierającą informacje o wykorzystanych mechanizmach targetowania do grup docelowych oraz wstępną koncepcję wykorzystania marketingu.
- l. Opracowanie, w ciągu 21 dni od dnia podpisania umowy, harmonogramu realizacji zadania z wyszczególnieniem elementów realizacji zadania.
- m. W przypadku osiągnięcia celu kampanii przed upływem daty realizacji kampanii, kampania trwa nadal zgodnie z przyjętym media planem oraz planem zakupu mediów.
- n. Zakup mediów zgodnie z Ofertą oraz OPZ oraz zaakceptowanym przez Zamawiającego planem zakupu mediów oraz media planem.
- o. Przygotowanie raportów z kampanii:
 - miesięcznych zawierających podsumowanie dotychczasowych działań, wnioski oraz rekomendacje dotyczące optymalizacji kampanii,
 - końcowy zawierający informacje o realizacji Zadania (w szczególności liczba rzeczywiście zrealizowanych grafik, filmów, targetowania, pozycjonowania oraz realizacji wskaźników) na podstawie, którego nastąpi rozliczenie kampanii. W raporcie, w zależności od medium, powinny się znaleźć informacje o zrealizowanych kliknięciach w podziale na media i serwisy społecznościowe, zasięgu, współczynnika kliknięć, liczbie wyświetleń.
- p. W kampanii na YouTube Wykonawca powinien wykorzystać filmy reklamowe.
- q. Wykonawca powinien wykorzystać możliwości targetowania umożliwiające jak najbardziej precyzyjne i spersonalizowane dotarcie do grup docelowych.

2. Zadania Wykonawcy w zakresie kampanii z wykorzystaniem materiałów poligraficznych tj. ulotek, plakatów informacyjno-promocyjnych oraz tablic pamiątkowych

Wykonawca będzie odpowiedzialny za kompleksową usługę zaprojektowania, opracowania merytorycznego i graficznego, przygotowania do druku, druk i dostawy do siedziby Zamawiającego materiałów informacyjno – promocyjnych w postaci ulotek i plakatów.

- 1. Ulotka informacyjno-promocyjna:
 - łączny nakład: 250 sztuk,
 - Format: A4 składane do A5 po dłuższym boku,
 - Forma zadruku: druk dwustronny,
 - Druk offsetowy lub cyfrowy,
 - Gramatura papieru: nie mniej niż 170g/m²
 - Kolor: 4/4 CMYK
 - Papier: kredowy matowy
 - Nadruk wg. projektu graficznego przygotowanego przez Wykonawcę, podlegającego konsultacji oraz akceptacji Zamawiającego.
- 2. Plakat informacyjno-promocyjny:



Fundusze Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczypospolita Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW



- łączny nakład: 70 sztuk
- Format: A3
- Forma zadruku: druk jednostronny,
- Druk offsetowy lub cyfrowy,
- Gramatura papieru: nie mniej niż 200g/m²
- Kolor: 4/0 CMYK
- Papier: kredowy błyszczący,
- Nadruk wg. projektu graficznego przygotowanego przez Wykonawcę, podlegającego konsultacji oraz akceptacji Zamawiającego.

W trakcie realizacji zadania Wykonawca będzie zobowiązany w szczególności do:

- a. przygotowania dwóch projektów graficznych ulotek oraz dwóch projektów graficznych plakatów. Celem opracowanych materiałów informacyjno-promocyjnych jest zwiększenie rozpoznawalności Projektu, pokazanie podjętych działań i osiągniętych efektów;
- b. przesłania Zamawiającemu projektów ulotek i plakatów do zatwierdzenia, przed planowanym drukiem materiałów, określonym w zatwierdzonym harmonogramie, tak, aby Zamawiający miał nie mniej niż 3 dni robocze na wniesienie uwag, które Wykonawca zobowiązuje się uwzględniać;

c.

zapisania i przekazania Zamawiającemu ostatecznej wersji ulotek i plakatów (zatwierdzonej do druku) nastąpi w formie elektronicznej w formacie PDF, SVG i XCF umożliwiającym edycję, w terminie określonym w zatwierdzonym harmonogramie;

- d. stosowania się do "Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki 2014-2020 w zakresie informacji i promocji". Projekty graficzne muszą uwzględniać:
 - nazwę beneficjenta,
 - tytuł projektu,
 - cel projektu (opcjonalnie),
 - wysokość wkładu Unii Europejskiej w projekt (opcjonalnie),
 - zestaw logo – znaki FE, barwy RP, znak UE,
 - logotyp projektu AI TECH;
- e. zapewnienie ochronnego i wytrzymałego opakowania do wysyłki plakatów i ulotek, odpowiednio dopasowanego do rozmiaru plakatów i ulotek, pozwalającego na ich zapakowanie bez składania.

3. Zaprojektowanie, wykonanie, dostawa 6 tablic pamiątkowych

- tablica pamiątkowa wewnętrzna,
- ilość: 6 sztuk,
- materiał wykonania: plexi w kolorze białym (5 mm +/- 1 mm),
- nadruk w pełnym kolorze,
- wymiary tablicy: format A3, nie mniej niż 42 cm (szerokość) x 30 cm (wysokość),



Fundusze Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





- tablica musi być wyposażona w elementy umożliwiające jej montaż wewnątrz budynku.

W trakcie realizacji zadania Wykonawca będzie zobowiązany w szczególności do:

- przygotowania 6 projektów graficznych pamiątkowych tablic wewnętrznych, odrębnie dla KPRM oraz każdego z 5 partnerów Projektu, zgodnie z wymaganiami określonymi w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”;
- tablica musi zawierać: logotyp KPRM, tytuł projektu, cel projektu, znak FE wraz z nazwą Programu, barwy RP, znak UE, adres portalu www.mapadotacji.gov.pl;
- tablica dla każdego z partnerów musi zawierać: logotyp partnera projektu, tytuł projektu, cel projektu, znak FE wraz z nazwą Programu, barwy RP, znak UE, adres portalu www.mapadotacji.gov.pl;
- przestrzegania wzoru tablicy pamiątkowej, który jest obowiązkowy i nie podlega modyfikacjom, poza uzupełnianiem treści we wskazanych polach;
- zachowania odpowiednich proporcji, tj. projektując tablicę, w tym wielkość fontów, należy pamiętać, że znak UE wraz z odniesieniem do Unii i funduszu, tytuł projektu oraz cel projektu muszą zajmować co najmniej 25% powierzchni tej tablicy;
- wykonania tablic z materiału trwałego, zapewniającego jednocześnie czytelność informacji i wysoki poziom estetyczny tablicy;
- przekazania projektu graficznego pamiątkowej tablicy wewnętrznej w następujących formatach: mapy bitowej (.jpg) oraz PDF (.pdf), w terminie do 10 w punktach b i c powyżej.
- w przypadku zgłoszenia przez Zamawiającego zastrzeżeń/uwag do projektu graficznego tablicy, Wykonawca uwzględni i ponownie przedstawi, w terminie do 3 dni roboczych, projekt graficzny tablicy do zatwierdzenia. Zamawiający dokona ponownej oceny projektu graficznego tablicy, w wyniku czego zatwierdzi projekt lub zgłosi swoje zastrzeżenia/uwagi w ciągu 3 dni roboczych. Wykonawca uwzględni zgłoszone zastrzeżenia/uwagi w terminie do 3 dni roboczych i po raz kolejny przedstawi projekt graficzny tablicy do akceptacji Zamawiającego. Kolejne oceny odbywają się zgodnie z procedurą opisaną w niniejszym punkcie;
- warunkiem przystąpienia Wykonawcy do wykonania tablicy jest zatwierdzenie przez Zamawiającego projektu graficznego tablicy.

VI. DOKUMENTY ŹRÓDŁOWE

W celu prawidłowej realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca powinien zapoznać się m.in. z poniżej wymienionym dokumentami:

- Program Operacyjny Polska Cyfrowa na lata 2014-2020,
<https://www.polskacyfrowa.gov.pl/strony/o-programie/dokumenty/program-polska-cyfrowa-2014-2020/>;



Fundusze
Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW



2. Szczegółowy opis osi priorytetowych Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020, w tym Katalog wydatków kwalifikowalnych w projektach realizowanych w ramach III osi priorytetowej Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020, <https://www.polskacyfrowa.gov.pl/strony/o-programie/dokumenty/szczegolowy-opis-osi-priorytetowych-programu-polska-cyfrowa-2014-2020/>;
3. Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji, <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r/>;
4. Kryteria WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) <https://www.w3.org/Translations/WCAG21-pl/>;
5. Strategia na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju (bezpośrednio: obszar „Cyfryzacja” – cel „Wzmocnienie cyfrowego rozwoju kraju” oraz pośrednio obszary „Rozwój innowacyjnych firm” – cel „Zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw i „Kapitał społeczny” – cel „Zwiększenie udziału kapitału społecznego (w tym organizacji społeczeństwa obywatelskiego) w rozwoju społeczno-gospodarczym kraju”, <https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/informacje-o-strategii-na-rzecz-odpowiedzialnego-rozwoju>;
6. Program Zintegrowanej Informatyzacji Państwa (cel szczegółowy 3. „Rozwój kompetencji cyfrowych obywateli, w tym specjalistów ICT oraz pracowników administracji publicznej”, <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/program-zintegrowanej-informatyzacji-panstwa>;
7. Badanie stanu i zapotrzebowania na specjalistów ICT w Polsce <https://www.gov.pl/web/aitech/badanie-stanu-i-zapotrzebowania-na-specjalistow-ict-w-polsce>.



Fundusze
Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

