



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Kampania edukacyjna dot. przedsiębiorczości skierowana do młodzieży szkół średnich Polski Wschodniej

I. Przedmiot Zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i realizacja kampanii edukacyjnej dotyczącej przedsiębiorczości, skierowanej do młodzieży szkół średnich Polski Wschodniej.
2. Kampania oparta będzie na cyklu materiałów wideo, publikowanych na kanałach influencerów. Każdy z filmów poświęcony będzie tematyce aktywności biznesowej (np. pokazaniu korzyści z prowadzenia własnej firmy, konkretnych kroków potrzebnych do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, możliwych źródeł finansowania itp.). Filmom będą towarzyszyły: dedykowana strona internetowa, opublikowane na niej artykuły blogowe oraz przeprowadzone za jej pośrednictwem – sesje Q&A oraz konkurs.

II. Cele Zamówienia

1. Rozbudzenie zainteresowania przedsiębiorczością wśród młodzieży szkół średnich (w wieku 15-19 lat) z Polski Wschodniej (tj. województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego, oraz regionalnej części mazowieckiego – tj. z wyłączeniem Warszawy i 9-ciu otaczających ją powiatów).
2. Zainspirowanie i zachęcenie młodzieży do podejmowania aktywności biznesowej oraz odważnych, przedsiębiorczych decyzji.
3. Przekazanie praktycznej wiedzy na temat zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej, a także korzyści i ryzyk z tym związanych. Ukazanie najczęściej popełnianych błędów przez początkujących przedsiębiorców, przedstawienie kluczowych etapów realizacji przedsięwzięć biznesowych.
4. Promowanie sukcesów młodych przedsiębiorców z makroregionu jako inspiracji dla grupy docelowej.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



5. Przekazanie młodzieży wiedzy nt. dostępnych źródeł wsparcia finansowego i pozafinansowego, w tym pochodzącego z Funduszy Europejskich.

III. Grupa docelowa

1. Uczniowie szkół średnich (15-19 lat), zamieszkujący Polskę Wschodnią.
2. Kampania musi być ukierunkowana na grupę docelową, z wykorzystaniem mechanizmów targetowania i optymalizacji treści.
Ze względu na kanały komunikacji, jakie będą wykorzystane w kampanii, Zamawiający nie wyklucza dotarcia z treściami do osób spoza Polski Wschodniej, co będzie dodatkowym atutem kampanii.
3. Materiały kampanii muszą być dostosowane, zarówno w treści jak i w formie, do specyfiki komunikacyjnej grupy docelowej, uwzględniając preferencje dla dynamicznych, wizualnych i interaktywnych form przekazu charakterystycznych dla mediów społecznościowych – platform Instagram i TikTok.

IV. Okres realizacji

1. Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie do 10 miesięcy od dnia zawarcia umowy.
2. Zamówienie zostanie zrealizowane w podziale na etapy, z płatnościami dokonywanymi po zakończeniu realizacji każdego etapu.
3. Właściwe działania komunikacyjne w ramach kampanii realizowane będą przez okres jednego semestru szkolnego.
4. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu do uzgodnienia i akceptacji:
 - a) harmonogramu realizacji Zamówienia, z określeniem terminu realizacji poszczególnych etapów Zamówienia oraz wyszczególnieniem elementów Zamówienia, które zostaną zrealizowane w każdym z etapów;
oraz
 - b) kosztorysu, uwzględniającego wszystkie elementy kampanii, w tym: produkcję filmów, wynagrodzenie influencerów, stworzenie i utrzymanie strony internetowej oraz zakup nagród w konkursie,



w terminie 7 dni kalendarzowych od podpisania umowy, z zastrzeżeniem, że:

- ostatni etap realizacji zamówienia zakończy się nie później niż do 10 miesięcy od dnia zawarcia umowy;
- harmonogram musi uwzględniać plan pracy szkół, wg kalendarza roku szkolnego publikowanego przez Ministerstwo Edukacji i Nauki.

5. Działania realizowane w każdym z etapów mogą się zazębiać, tzn. jeden etap może się rozpocząć podczas gdy etap go poprzedzający jeszcze nie zakończył się lub poszczególne etapy mogą być realizowane równolegle, o ile nie wpływa to na prawidłowość wykonania Zamówienia.

Terminy realizacji poszczególnych etapów Wykonawca przedstawi do uzgodnienia z Zamawiającym i akceptacji Zamawiającego, w harmonogramie, o którym mowa w punkcie 4 lit. a.

Etapy kampanii obejmują:

- Etap I: Przygotowanie kampanii
Opracowanie strategii kampanii, w tym harmonogramu, koncepcji kreatywnej, strategii działań promocyjnych oraz nawiązanie współpracy z influencerami;
- Etap II: Produkcja materiałów edukacyjnych
Produkcja filmów, artykułów blogowych, postów i publikacji promocyjnych oraz uruchomienie dedykowanej strony internetowej;
- Etap III: Realizacja właściwych działań komunikacyjnych
Publikacja filmów, sesji Q&A, działania promocyjne towarzyszące kampanii;
- Etap IV: Przeprowadzenie konkursu i działania promocyjne towarzyszące konkursowi
- Etap V: Zakończenie kampanii
Ewaluacja, przekazanie raportu końcowego i plików źródłowych.

6. Elementem realizacji każdego z etapów Zamówienia będzie sporządzenie przez Wykonawcę raportu podsumowującego dany etap. Raport



podsumowujący będzie stanowił podstawę przyjęcia przez Zamawiającego protokołu odbioru pracy za dany etap Zamówienia.

V. Wskaźniki efektywności

Stopień realizacji celów kampanii będzie mierzony za pomocą wskaźników efektywności, które muszą zostać osiągnięte przez Wykonawcę co najmniej w minimalnym zakresie. Wskaźniki te stanowią jeden z elementów oceny prawidłowości realizacji Zamówienia. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia sprawozdania z realizacji wskaźników w raporcie podsumowującym Etap V Zamówienia.

Wskaźniki do osiągnięcia przez Wykonawcę:

- a. Oglądalność filmów edukacyjnych: minimum 6000 odtworzeń każdego z filmów.
- b. Liczba zgłoszeń do konkursu: minimum 120 zgłoszeń, z co najmniej 20 zgłoszeniami z każdego województwa Polski Wschodniej.
- c. Oglądalność sesji Q&A: minimum 300 wyświetleń każdej sesji (minimum 1500 wyświetleń łącznie wszystkich sesji)
- d. Odwiedziny dedykowanej strony internetowej: minimum 20 000 unikalnych użytkowników.

VI. Zakres przedmiotu Zamówienia

6.1 Strategia kampanii

1. Opracowanie strategii działań kampanii.
2. Wykonawca przedstawi strategię do uzgodnienia z Zamawiającym i do akceptacji Zamawiającego w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy.
3. Strategia musi zawierać w szczególności: propozycję wyboru influencerów, scenariusze filmów edukacyjnych, konspekty artykułów blogowych, założenia konkursu, plan działań promocyjnych kampanii, a także inne elementy,



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



pozwalające Zamawiającemu całościowo ocenić przebieg kampanii oraz zgodność warstwy merytorycznej i wizualnej kampanii z założonymi celami.

6.2 Materiały wideo o charakterze edukacyjnym

1. Realizacja 5-ciu filmów edukacyjnych z udziałem influencerów oraz 1 filmu, będącego podsumowaniem 5 pozostałych.
2. Każdy z filmów będzie dotyczył innego tematu w obszarze przedsiębiorczości/aktywności biznesowej (np. pokazanie korzyści z prowadzenia własnej firmy, konkretnych kroków potrzebnych do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, możliwych źródeł finansowania itp.). Filmy będą pełniły funkcję instruktażową i inspiracyjną, motywując odbiorców do samodzielnego działania biznesowego, budując świadomość.
3. Przez charakter edukacyjny Zamawiający rozumie przekazywanie wiedzy sposób rzetelny, praktyczny i przystępny, dostosowany do percepcji i potrzeb młodzieży w wieku 15-19 lat, z pominięciem teorii akademickiej na rzecz konkretnych, użytecznych informacji, przykładów, porad biznesowych, zachęcając do interakcji.
4. Nagrania muszą wpisywać się stylem i tonem wypowiedzi w naturalny styl komunikacji twórcy (influencera), być angażujące dla grupy docelowej oraz dopasowane do bieżących trendów w mediach społecznościowych - na platformach Instagram i TikTok.
5. Referencję mogą stanowić nagrania kanałów na platformach Instagram i TikTok, np. „biznes_w_dresach”, „przedsiębiorczy_etať”, „edyta.starzyk”, „pani_od_oszczedzania”.
6. Produkcja filmów w formacie Reels (Instagram) lub TikTok, każdy o maksymalnej długości 60 sekund, nagranych w rozdzielczości 1080x1920 px (format pionowy), z zapewnieniem wyraźnego, ostrego obrazu o wysokiej atrakcyjności wizualnej, czystego i dobrze słyszalnego dźwięku bez jakichkolwiek zakłóceń, dynamicznego montażu z szybkimi cięciami, płynnymi



przejściami i efektami wizualnymi, wzbogaconego o elementy graficzne oraz podkład muzyczny.

7. Zaangażowanie w nagrania minimum 2-3 influencerów , z zapewnieniem udziału co najmniej jednego influencera w każdym filmie, w celu zwiększenia autentyczności przekazu i wiarygodności treści. Filmy będą opublikowane na na platformach Instagram i TikTok oraz na dedykowanej stronie internetowej kampanii.
8. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia promocji każdego filmu, tak aby osiągnąć wskaźniki określone w Rozdz. V, w szczególności poprzez: publikację na kanałach influencerów, płatną promocja w mediach społecznościowych, optymalizację materiałów wideo pod kątem algorytmów platform społecznościowych.
9. Zapewnienie napisów rozszerzonych w języku polskim dla wszystkich filmów, zgodnych z wymogami dostępności określonymi w standardzie WCAG 2.1 (poziom AA).
10. Przekazanie Zamawiającemu autorskich praw majątkowych do wyprodukowanych filmów.

6.3 Konkurs „Mój Biznes – Mój Pomysł”

1. Opracowanie założeń, całościowa obsługa formalno-prawna oraz przeprowadzenie konkursu.
2. Organizacja procesu przyjmowania zgłoszeń za pośrednictwem dedykowanej strony internetowej.
3. Powołanie jury składającego się z co najmniej trzech osób, w tym influencerów zaangażowanych w kampanię oraz jednego eksperta z minimum pięcioletnim doświadczeniem w obszarze przedsiębiorczości oraz przeprowadzenie oceny.

Ocena zostanie przeprowadzona według kryteriów ustalonych w uzgodnieniu z Zamawiającym i zaakceptowanych przez Zamawiającego, z zapewnieniem transparentności procesu i możliwości wglądu Zamawiającego w dokumentację oceny.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



4. Zakup nagród:

- 5 nagród głównych o charakterze edukacyjnym (np. tablet, drukarka 3D), o wartości 3000- 4000 zł brutto każda
- 10 nagród pocieszenia o charakterze edukacyjnym, o wartości 800- 1000 zł brutto każda,

5. Promocja konkursu, tak, aby zapewnić minimalną liczbę zgłoszeń określoną przez Zamawiającego w Rozdz. V; w szczególności poprzez: integrację z filmami edukacyjnymi (wezwanie do działania w każdym filmie), sesjami Q&A (wspomnienie w co najmniej dwóch sesjach) oraz dedykowanymi postami na kanałach influencerów (minimum trzy posty na influencera), płatną promocję w mediach społecznościowych, działania PR lub inne.

6. Ogłoszenie wyników, publikacja listy zwycięzców na stronie internetowej kampanii, oraz przekazanie nagród zwycięzcom w terminie do 14 dni kalendarzowych od ogłoszenia wyników.

6.4 Dedykowana strona internetowa (landing page)

1. Zaprojektowanie i wdrożenie responsywnej, atrakcyjnej pod względem wizualnym (dopasowanej do grupy docelowej) strony internetowej dedykowanej kampanii.
2. Zakup domeny.
3. Zapewnienie systemu zarządzania treścią (CMS), który będzie umożliwiał samodzielną aktualizację strony również przez Zamawiającego.
4. Zapewnienie dostępności cyfrowej strony (zgodność ze standardami 2.1 WCAG).
5. Publikacja filmów edukacyjnych.
6. Wdrożenie sekcji Q&A w formie moderowanego forum, z podziałem na kategorie tematyczne, z możliwością anonimowego zadawania pytań, oraz z zapewnieniem odpowiedzi przez ekspertów w terminie do 48 godzin od zgłoszenia pytania.



7. Wdrożenie mechanizmu umożliwiającego przeprowadzenie konkursu, m.in. rejestrację zgłoszeń on-line, śledzenie postępów przebiegu konkursu.
8. Przygotowanie dodatkowych materiałów edukacyjnych, w tym co najmniej:
 - 5-ciu infografik podsumowujących treść filmów,
 - 15 artykułów na blogu, o długości minimum 3000 znaków każdy
 - sekcji zasobów z bazą wiedzy – linkami do instytucji wspierających przedsiębiorczość (np. inkubatory przedsiębiorczości, fundusze na start-upy, minimum 20 linków, w tym linki dedykowane dla poszczególnych województw Polski Wschodniej).
9. Zapewnienie bezpieczeństwa strony, w tym wdrożenie certyfikatu SSL, ochrony przed atakami DDoS, regularnych kopii zapasowych danych (co najmniej raz w tygodniu), ochrony danych gromadzonych za pośrednictwem strony oraz polityki prywatności zgodnej z RODO.
10. Zapewnienie wypożyczonowania strony w wyszukiwarkach internetowych.
11. Uruchomienie strony, w terminie do 14 dni przed rozpoczęciem właściwych działań kampanii, oraz zapewnienie hostingu na serwerze o gwarantowanym uptime minimum 99,9% i wsparcia technicznego 24/7 przez cały okres kampanii, z czasem reakcji na zgłoszenie awarii nieprzekraczającym 2 godzin.

6.5 Współpraca z influencerami

1. Zaangażowanie minimum 2-3 influencerów do udziału w kampanii, spełniających następujące kryteria:
 - wysoki poziom zaangażowania odbiorców (minimum 50 000 obserwujących na Instagramie lub TikToku),
 - autentyczność przekazu (brak kontrowersji w dotychczasowej działalności),
 - doświadczenie praktyczne w biznesie (minimum 2 lata prowadzenia własnej działalności gospodarczej lub realizacji projektów biznesowych), powiązanie tematyczne z charakterem i celami kampanii.



- zdolność skutecznego dotarcia do młodzieży (styl komunikacji dostosowany do grupy wiekowej 15-19 lat).
2. Zaangażowanie influencerów w produkcję i publikację materiałów wideo. Udział co najmniej jednego influencera w każdym filmie edukacyjnym oraz publikacja filmów na ich kanałach.
 3. Zaangażowanie influencerów w sesje Q&A, określone w pkt 6.6: przeprowadzenie minimum 5 sesji na żywo z rotacją influencerów, dzielenie się doświadczeniami biznesowymi i odpowiadanie na pytania młodzieży.
 4. Zaangażowanie influencerów w konkurs, określony w pkt 6.3: udział w jury oceniającym zgłoszenia oraz promocja konkursu na ich kanałach.

6.6 Sesje Q&A z influencerami

1. Przygotowanie scenariuszy dla każdej sesji, obejmujących tematykę pytań oraz plan moderacji.
2. Organizacja 5 sesji Q&A w formie transmisji na żywo, każda trwająca od 30 do 45 minut, z nagrywaniem i archiwizacją na stronie internetowej kampanii.
3. Realizacja sesji, obejmująca odpowiedzi na co najmniej 10 pytań w czasie rzeczywistym, dzielenie się doświadczeniami biznesowymi influencerów oraz promocję konkursu i filmów edukacyjnych.
4. Promocja sesji tak, aby zapewnić minimalną liczbę zgłoszeń, określoną przez Zamawiającego w Rozdz. V, w szczególności przez: integrację z filmami edukacyjnymi, płatne posty, dedykowane posty na kanałach influencerów oraz powiadomienia e-mailowe do zarejestrowanych uczestników konkursu.

6.7 Działania promocyjne

Działania promocyjne zostaną zaplanowane i przeprowadzone z uwzględnieniem założeń i celów kampanii i obejmą również płatne formy promocji, takie jak: płatne reklamy na platformach Instagram i TikTok, kampanie bannerowe, współpracę ze szkołami, w tym mailingi do szkół, działania PR i inne.

VII Ogólne postanowienia



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Zamawiający zastrzega, że:

1. Wykonawca zobowiązany jest do składania raportów efektywności kampanii, raz w tygodniu przez cały czas trwania właściwych działań kampanii, zawierających szczegółowe metryki, w tym w szczególności:

liczbę wyświetleń filmów, zaangażowanie w mediach społecznościowych, liczbę zgłoszeń do konkursu, oglądalność sesji Q&A oraz statystyki odwiedzin strony internetowej.
2. Kampania musi być realizowana zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony danych osobowych (RODO), w szczególności w zakresie ochrony danych osób nieletnich, z wdrożeniem odpowiednich mechanizmów bezpieczeństwa danych.
3. Wykonawca odpowiada za uzyskanie licencji na wszystkie użyte materiały (muzyka, grafiki, filmy) zgodnie z ustawą z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, oraz za przekazanie Zamawiającemu pełnych praw majątkowych do wytworzonych w ramach kampanii utworów.
4. Wykonawca zapewnia zgodność z przepisami dotyczącymi ochrony wizerunku oraz treści kierowanych do osób nieletnich, w tym wykluczenie elementów nieodpowiednich dla grupy wiekowej 15-19 lat, takich jak treści obraźliwe lub obelżywe, naruszające prawa autorskie osób trzecich, zawierające treści erotyczne, niecenzuralne, ośmieszające, nieprzyzwoite, naruszające powszechnie akceptowane zasady moralności, naruszające godność osobistą, nawiązania do symboli religijnych, etnicznych lub rasowych i inne, naruszające normy etyczne i moralne.
5. Wykonawca zapewnia dostępność wszystkich materiałów cyfrowych dla osób z niepełnosprawnościami, w tym napisy do filmów wideo zgodne z zasadami WCAG 2.1 (poziom AA), z uwzględnieniem czytelności i kontrastu.
6. Wykonawca zobowiązany jest do archiwizacji – do końca trwania projektu, a po jego zakończeniu – do przesłania Zamawiającemu oświadczeń i praw



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



do wizerunku uczestników projektu oraz praw autorskich do ich prac powstałych w czasie kampanii.

7. Zamawiający zastrzega sobie prawo do udostępniania materiałów przygotowanych przez Wykonawcę w swoich kanałach social mediowych (na zasadzie repostu, udostępnienia lub ponownej publikacji) przez okres trwania kampanii oraz po jej zakończeniu.
8. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia prawidłowego i jednoznacznego oznaczenia współpracy płatnej w publikacjach zamieszczanych na kontach influencerów, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz wytycznymi platform społecznościowych Instagram i TikTok, w sposób widoczny i zrozumiały dla odbiorców.
9. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za zgodność wszystkich działań z obowiązującymi przepisami prawa, w tym uzyskanie wszelkich niezbędnych zgód i licencji.
10. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia Zamawiającemu plików, w tym plików źródłowych, wszystkich materiałów powstałych w trakcie kampanii przed zakończeniem realizacji Zamówienia.

VIII Zamówienie powinno być wykonane w sposób zgodny z:

1. Rozporządzeniem Rady Ministrów w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych;
2. Wytycznymi w zakresie realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-na-lata-2021-2027/prawo-i-dokumenty/wytyczne/wytyczne-dotyczace-realizacji-zasad-rownosciovych-w-ramach-funduszy-unijnych-na-lata-2021-2027/>



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską



IX Wytyczne dotyczące kolorystyki i oznakowania programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej:

https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/111705/KTW_marki_FE_2021-2027.pdf



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej

Dofinansowane przez
Unię Europejską

