

**Kryteria oceny ofert w postępowaniu na usługę prowadzenia mediów społecznościowych dla Politechniki Gdańskiej (Facebook, Instagram)****Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty i sposób oceny oferty:**

Ocenię będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

Liczba uzyskanych punktów będzie obliczana z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

Oznaczenie kryterium	Liczba punktów (waga)
C. Kryterium Ceny	60
S: Kryterium Koncepcji Zarysu Strategii	20
P. Kryterium Koncepcji Przykładowych Postów	20
<b>RAZEM</b>	<b>100</b>

**1. Kryterium Cena (C)**

Ocenię podlega cena brutto oferty w PLN.

Ofercie z najniższą ceną Zamawiający przyzna maksymalną liczbę punktów – 60

Ocena punktowa pozostałych ofert dla Kryterium Cena zostanie dokonana wg wzoru:

$$C = C_n / C_o \times 60$$

gdzie:

C – liczba punktów przyznanych badanej ofercie według Kryterium Cena

C<sub>n</sub> – najniższa oferowana cena brutto

C<sub>o</sub> – cena brutto badanej oferty

60 – waga kryterium

Cena musi obejmować wszystkie elementy związane z realizacją usługi.

## **2. Kryterium Koncepcji Zarysu Strategii (S)**

Ocenię podlega Koncepcja Zarysu Strategii prowadzenia mediów społecznościowych, którą Wykonawca dołączy do oferty w postaci dokumentu o objętości nie większej niż 20 stron A4, np. w formie slajdów prezentacji. Każda strona tego dokumentu musi być podpisana przez Wykonawcę. Zarys Strategii musi uwzględniać 2 profile tj. Facebook i Instagram.

Ocena Koncepcji Zarysu Strategii (S) jest sumą wszystkich punktów przyznanych przez członków komisji przetargowej podzieloną przez liczbę członków komisji, według wzoru:

$$S = (S1 + S2 + S3... + Sn) / LCzK$$

gdzie:

S - liczba wszystkich punktów uzyskanych w Kryterium Koncepcji Zarysu Strategii

S1, S2, S3...Sn - liczba punktów przyznanych przez poszczególnych członków komisji przetargowej

LCzK - liczba członków komisji

Zarys Strategii musi zawierać:

- krótki opis założeń strategii,
- zdefiniowanie grup docelowych,
- opis działań z podziałem na poszczególne profile społecznościowe, w jaki sposób Wykonawca zamierza osiągnąć postawione cele określone w SOPZ.

**W przypadku dołączenia do oferty przez Wykonawcę więcej niż 20 stron A4 Zamawiający nie będzie oceniał oferty w Kryterium Koncepcji Zarysu Strategii (S) i zostanie przyznanych 0 punktów.**

W ramach niniejszego kryterium każdy członek komisji przetargowej przyzna ofercie punkty w skali od 0 pkt do 20 pkt. Punkty te będą przyznane według następującego zakresu oceny:

L.p.	Oczekiwania w ramach kryterium (S)	Zakres oceny, procentowe spełnienie oczekiwań	Liczba punktów możliwa do uzyskania
1.	<ul style="list-style-type: none"><li>• została opracowana na potrzeby realizacji usługi dla Politechniki Gdańskiej na podstawie OPZ,</li><li>• jest możliwa do wdrożenia w ramach realizowania usługi,</li><li>• zawiera nowatorskie pomysły i niespotykane formy działań interaktywnych, które gwarantują zaangażowanie i interaktywność odbiorców,</li></ul>	koncepcja spełnia oczekiwania Zamawiającego w zakresie 90% - 100%	od 15 pkt do 20 pkt
2.	<ul style="list-style-type: none"><li>• jest nieskomplikowana, usystematyzowana i łatwa do zrozumienia,</li></ul>	koncepcja spełnia oczekiwania Zamawiającego w zakresie 70% - 89%	od 8 pkt do 14 pkt

3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>zawiera różnorodne rozwiązania techniczne.</li> </ul>	koncepcja spełnia oczekiwania Zamawiającego w zakresie 50% - 69%	od 1 pkt do 7 pkt
4.		koncepcja spełnia oczekiwania Zamawiającego w zakresie poniżej 50%	0 pkt

### 3. Kryterium Koncepcji Przykładowych Postów (P)

Ocenie będą podlegały 2 (dwa) posty przygotowane dla profili Zamawiającego w mediach społecznościowych, które Wykonawca dołączy do oferty w formie wydrukowanej wraz z opisem. Każda strona dokumentu musi być podpisana przez Wykonawcę. Każdy z postów będzie przygotowany dla innego medium, tj. po 1 (jednym) dla Facebooka i Instagrama.

Ocena Koncepcji Przykładowych Postów (P) jest sumą wszystkich punktów przyznanych przez członków komisji przetargowej podzieloną przez liczbę członków komisji, według wzoru:

$$P = (P1 + P2 + P3... + Pn) / LCzK$$

gdzie:

P - liczba punktów uzyskanych w Kryterium Koncepcji Przykładowych Postów

P1, P2, P3...Pn - liczba punktów przyznanych w Kryterium Koncepcji Przykładowych Postów przez poszczególnych członków komisji przetargowej

LCzK - liczba członków komisji

Zamawiający przyzna punkty postom kierując się stopniem spełnienia ocenianych cech. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać post wynosi 10 pkt. Oferta w Kryterium Koncepcji Przykładowych Postów (P) może uzyskać max **20 punktów**.

Każdy post musi zawierać uzasadnienie wyboru tematu, opis pomysłu i jego cel. Każdy post także musi:

- dotyczyć innego tematu związanego z Politechniką Gdańską,
- posiadać treść przygotowaną w dwóch wersjach językowych – polskiej i angielskiej,
- zawierać grafikę

**W przypadku dołączenia do oferty przez Wykonawcę więcej niż 2 postów Zamawiający nie będzie poddawał ich ocenie i w tym kryterium zostanie przyznanych 0 punktów.**

W ramach niniejszego kryterium każdy członek komisji przetargowej przyzna ofercie punkty w skali od 0 pkt do 20 pkt. Punkty te będą przyznane według następującego zakresu oceny:

l. p.	Cecha podlegająca ocenie oraz jej opis	Skala oceny – sposób oceny	FB (max liczba punktów)	INSTAGRAM (max liczba punktów)	Łączna max liczba punktów w ramach cechy na wszystkich profilach
1	[2]	[4]	[5]	[6]	[7] [5+6]
1.	<p><b>Copywriting</b> (język i merytoryka)</p> <p>poprawność językowa, bezbłądność treści, jasność przekazu, dostosowanie języka do grupy docelowej oraz medium (m.in. czy post zawiera bezpośredni zwrot do odbiorcy – call to action, czy informacje zawarte w poście są przydatne dla odbiorców, czy treść i forma angażuje odbiorców z grupy docelowej, czy treść i forma są interesujące dla odbiorców)</p>	<p>Każdy post otrzyma ocenę w zakresie</p> <p>0-3 pkt według następujących zasad:</p> <p>3 pkt – brak zastrzeżeń</p> <p>2 pkt – 1 zastrzeżenie</p> <p>1 pkt – 2 zastrzeżenia</p> <p>0 pkt – więcej niż 2 zastrzeżenia</p>	3	3	6

2.	<p><b>Grafika</b></p> <p>czytelność, estetyka, aspekt techniczny, kompozycja, m.in. kolorystyka, krój czcionki, układ i rozmieszczenie poszczególnych elementów, zgodność ze sztuką graficzną, brak błędów graficznych</p>	<p>Każdy post otrzyma ocenę w zakresie</p> <p>0-3 pkt według następujących zasad:</p> <p>3 pkt – brak zastrzeżeń</p> <p>2 pkt – 1 zastrzeżenie</p> <p>1 pkt – 2 zastrzeżenia</p> <p>0 pkt – więcej niż 2 zastrzeżenia</p>	3	3	6
3.	<p><b>Koncepcja</b></p> <p>innowacyjność pomysłu, spójność wszystkich elementów, sposób zachęcenia do interakcji użytkowników, powiązanie tematu/grafiki z Politechniką Gdańską</p>	<p>Każdy post otrzyma ocenę w zakresie</p> <p>0-4 pkt według następujących zasad:</p> <p>4 pkt – brak zastrzeżeń</p> <p>3 pkt – 1 zastrzeżenie</p> <p>2 pkt – 2 zastrzeżenia</p> <p>1 pkt – 3 zastrzeżenia</p> <p>0 pkt – więcej niż 3 zastrzeżenia</p>	4	4	8
<b>Łączna max liczba punktów</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>20</b>

4. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyskała łącznie największą liczbę punktów (W) wyliczoną zgodnie z poniższym wzorem:

$$W = C + S + P$$

W – liczba punktów przyznanych badanej ofercie

C – liczba punktów przyznanych badanej ofercie według Kryterium Cena

S - liczba wszystkich punktów uzyskanych w Kryterium Koncepcji Zarysu Strategii

P - liczba punktów uzyskanych w Kryterium Koncepcji Przykładowych Postów