

### **Opis przedmiotu zamówienia:**

Nazwa postępowania: Prowadzenie strony internetowej i profili w mediach społecznościowych w ramach projektów „Opus LAP” i „Weave UNISONO” dla Wydziału Elektroniki, telekomunikacji i Informatyki

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na profesjonalnym, kompleksowym, kreatywnym i spójnym założeniu oraz prowadzeniu profili w mediach społecznościowych (LinkedIn, Twitter i pomocniczo Instagram) portalu [www.brainmindlab.com](http://www.brainmindlab.com) oraz [www.facebook.com/brainandmindlab.com](http://www.facebook.com/brainandmindlab.com) oraz wsparciu w dalszym samodzielnym prowadzeniu profili przez Zamawiającego.

Termin wykonania zamówienia: 12 miesięcy od dnia podpisania Umowy.

Wykonawca zobowiązany jest do zapoznania się z i stosowania wytycznych ujętych w *Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji dostępnych na stronie <https://www.polskacyfrowa.gov.pl/strony/o-programie/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow/zasady-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-roku/>*.

Wykonawca zobowiązany jest realizować swoje zadania zgodnie z wytycznymi dotyczącymi przyjętej identyfikacji wizualnej projektu, w porozumieniu z osobą wyznaczoną przez Zamawiającego. Wykonawca prowadząc profile Zamawiającego w mediach społecznościowych będzie uwzględniał najnowsze rozwiązania, panujące trendy, specyfikacje grup docelowych oraz bieżące rekomendacje Zamawiającego. Podejmowane działania na profilach będą podlegały akceptacji Zamawiającego i muszą uwzględniać jego uwagi.

### **Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:**

1. Jednorazowy audyt stron www i poprawa struktury treści <http://brainmindlab.com/> oraz [www.facebook.com/brainandmindlab.com](http://www.facebook.com/brainandmindlab.com)

2. Prowadzenie stron www

- Publikacja artykułu/newsa – 1/miesiąc
- Copywriting treści na podstawie dostarczonych materiałów (dane, zdjęcia, video)

3. Prowadzenie Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn)

- Emisja posta – 1/miesiąc
- Copywriting treści na podstawie dostarczonych materiałów (dane, zdjęcia, video)
- Wrzucanie relacji na media społecznościowe – 1/tydzień

### **SCHEMAT REAKCJI NA SYTUACJE KRYZYSOWE**

Identyfikacja przez Wykonawcę zaistnienia sytuacji kryzysowej oraz wskazanie wstępnej propozycji przeciwdziałania jej rozprzestrzenianiu. → 2. Informacje o kryzysie otrzymuje: dr Michał Kucewicz (w ciągu max. 1 godziny od identyfikacji sytuacji przez Wykonawcę). → 3. Wewnętrzna komunikacja pracowników Zamawiającego. → 4. Poinformowanie Wykonawcy o: 4a) decyzji Zamawiającego co do sposobu reakcji przez Wykonawcę lub 4b) podjęciu lub planowaniu podjęcia samodzielnego działania przez Zamawiającego mających na celu udzielenie odpowiedzi na kryzys ( max. 1 godzina). → 5. W przypadku przekazania informacji, 4a) – Wykonawca podejmie działanie zgodnie z decyzją Zamawiającego oraz

przekaze informacje m.in. o sposobie i terminie udzielenia odpowiedzi na kryzys (max. 1 godzina). → 6a) Zaakceptowanie odpowiedzi przez użytkowników i wygaszenie sytuacji kryzysowej przez Zamawiającego i Wykonawcę, 6b) brak akceptacji użytkowników na odpowiedź i dalszy rozwój sytuacji kryzysowej (rozpoczęcie działań od kroku 2. schematu).

Strony Umowy pod pojęciem "kryzys" rozumieją komentarz, post, opinię, wrzutkę, które przyciągają kolejnych niezadowolonych użytkowników napędzających się wzajemnie do publikacji następujących treści niosących negatywny wydźwięk na profilach społecznościowych i stronach www. Do źródeł kryzysu będą zaliczane:

- negatywne komentarze i opinie,
- lawina negatywnych komentarzy,
- skargi,
- dynamicznie zmieniające się sytuacje (wymagające częstego aktualizowania komunikatów),
- fake newsy,
- podważanie założeń merytorycznych udostępnianych treści,
- naruszenie wizerunku Zamawiającego w zakresie obszarów jego działalności,
- notorycznie zamieszczania przez obserwujących postów o tematyce nie związanej z obszarami działalności Zamawiającego.

W celu zmniejszenia skali oddziaływania potencjalnej sytuacji kryzysowej przygotowano schemat komunikacji pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym. W przypadku trudnych pytań i kontrowersyjnych postów, noszących znamię sytuacji kryzysowych, moderator nie powinien podejmować żadnych działań bez wcześniejszego ustalenia stanowiska z Zamawiającym. Reakcja powinna być szybka.

Dodatkowo:

- negatywne komentarze nie będą usuwane, korygowane albo ukrywane na własną rękę przez Wykonawcę,
- niedopuszczalne jest aby Wykonawca w imieniu Zamawiającego podczas udzielania odpowiedzi oskarżał lub znieważał osobę, która dodała negatywny post lub komentarz,
- w przypadku zaangażowania dużej liczby użytkowników w negatywną dyskusję należy wziąć od uwagę możliwość wydania przez Uczelnię oficjalnego oświadczenia i publikację w formie postu na profilu,
- w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowej, Wykonawcę obowiązywać będą specjalne godziny na moderację/reakcję, tj. poza wyznaczonymi godzinami ujętymi w OPZ,
- działania Wykonawcy zależne będą od uzgodnień z Zamawiającym, może to być np.:
  - krótka, publiczna odpowiedź jako post na profilu lub w odpowiedzi na dany negatywny komentarz/ post, opierająca się do danych liczbowych i faktach odsyłająca do źródła informacji,
  - podziękowanie za czas poświęcony na napisanie opinii/ komentarza,
  - w sytuacji ponownej publikacji podobnej treści przez tego samego użytkownika – zablokowanie użytkownika (po uzgodnieniu z Zamawiającym).