

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (OPZ)

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii, wdrożenie, realizacja i raportowanie kampanii reklamowej i Public Relations (PR) w okresie od 01.01.2025 - 31.12.2027 w mediach cyfrowych dedykowanej dla projektu DIGIWind: "Digital Masters of Wind and Energy Systems (dalej: DigiWind) nr umowy: 101122836 – DigiWind- Digital-2022-SKILLS03 podmiot finansujący European Health and Digital Executive Agency (HADEA).

2. Opis zamówienia

- **Przedmiotem zamówienia jest :**
opracowanie strategii, wdrożenie, realizacja i raportowanie kampanii reklamowej i PR w mediach cyfrowych dla projektu DIGIWind: "Digital Masters of Wind and Energy Systems (dalej: DigiWind) z wykorzystaniem technik kampanii reklamowej i PR opartych o wiedzę z zakresu psychologii, opowiadania historii - (storytelling-u).
- **Termin trwania kampanii:** 01.01.2025 – 31.12.2027
- **Cel:** w celu zrekrutowania absolwentów studiów I stopnia preferowane kierunki (inżynier, licencjat preferowane kierunki IT, mechanika, automatyka, mechatronika, robotyka) chcący kontynuować naukę na studiach II stopnia , pracowników przemysłu na nowe specjalistyczne programy edukacyjne (LLL modules) i studia podyplomowe DIGIWind . Szczegółowy opis celów kampanii znajduje się w punkcie 3 (OPZ).
- **Zasięg kampanii :** krajowy i międzynarodowy (UE i kraje spoza UE)

2.1 W ramach projektu Politechnika Gdańska uruchomi trzy produkty edukacyjne z gwarancją obsadzenia limitem miejsc:

Studia magisterskie II stopnia (3, 4 semestralne)

Wydział: Inżynierii Mechanicznej i Okrętownictwa

Kierunek: Smart Renewable Engineering

Specjalność: Wind Energy Smart Engineering

Poziom: kształcenia: II stopień M.sc

Profil: ogólnoakademicki

Termin rekrutacji : maj 2025

Forma studiów: stacjonarne (**bezpłatne**)

Język: angielski

Oczekiwana liczba studentów : 20

Dokument poświadczający ukończenie studiów - dyplom ukończenia studiów II stopnia (inżynierskie)

Profil kandydata: - absolwenci studiów I stopnia (inżynier, licencjat – preferowane kierunki IT, mechanika, automatyka, mechatronika, robotyka) chcący kontynuować naukę na studiach II stopnia

Studia Podyplomowe – (2 semestralne)

Wydział: Inżynierii Mechanicznej i Okrętownictwa

Kierunek: Smart Renewable Engineering

Specjalność: "Digital Skills for Wind and Energy Systems"

Poziom: studia podyplomowe

Profil: ogólnoakademicki

Termin rekrutacji: maj-czerwiec 2025

Forma studiów: niestacjonarne, on-line, hybrydowe (**odpłatne**)

Język: polski, angielski

Oczekiwana liczba studentów : 20

Dokument poświadczający ukończenie studiów: Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych

Profil kandydata : pracownicy z sektora energetyki wiatrowej i pokrewnych z wykształceniem wyższym (licencjat, inżynier, magister inżynier – preferowane kierunki IT, mechanika, automatyka, mechatronika, robotyka) chcący doskonalić kompetencje, przekwalifikować się, uzupełnić kompetencje w ramach tworzenia nowych stanowisk pracy przez pracodawcę).

Specjalistyczne Kursy Edukacyjne

(LLL Modules Wind Energy Specialised Courses – odpłatne)

(czas trwania od 1-12 tygodni)

Wydział: Inżynierii Mechanicznej i Okrętownictwa

Kierunek: Smart Renewable Engineering

Poziom: Specjalistyczny Kurs Edukacyjny

Tematyka:

- Przetwarzanie danych, analiza danych na platformach mobilnych
- Modelowanie i symulacja CDF Computational Fluid Dynamic
- Systemy komputerowe w projektowaniu energii wiatrowej
- Technologia Konstrukcji Offshore
- Zarządzanie projektami i zrównoważony rozwój
- Analiza danych i wizualizacja
- Analityka predykcyjna
- Cyberbezpieczeństwo
- AR & VR w energetyce wiatrowej
- Transformacja branży energetyki wiatrowej dzięki strategicznemu wdrożeniu sztucznej inteligencji.
- Systemy komputerowe w projektowaniu
- ZARZĄDZANIE DOKUMENTACJĄ (Controlling i EDMS - Systemy Elektronicznego Zarządzania Dokumentacją)
- Komputerowa analiza konstrukcji

Forma kursów: niestacjonarne, on-line, hybrydowe (**odpłatne**)

Termin rekrutacji: tryb ciągły, wg potrzeb

Język: polski, angielski

Czas trwania: czas trwania od 1 do 12 tygodni

Oczekiwana liczba uczestników : 20

Dokument poświadczający ukończenie kursu: poświadczony certyfikatem cyfrowym i analogowym. Przyznanie mikrokredytów , możliwość utworzenia swojego wirtualnego (e-wallet microcredencial na jednej z dedykowanych platform).

Profil kandydata: : pracownicy z sektora energetyki wiatrowej i pokrewnych z wykształceniem średnim technicznym i wyższym (licencjat, inżynier, magister inżynier – preferowane kierunki IT, mechanika, automatyka, mechatronika, robotyka) chcący doskonalić swoje kompetencje, przekwalifikować się, uzupełnić kompetencja w ramach tworzenia nowych stanowisk pracy przez pracodawcę).

2.2 Zamawiający przekaze **Wykonawcy** opracowanie (wyników badania ankietowego które stanowi załącznik nr 3 do niniejszego OPZ) przeprowadzonego w ramach konsorcjum projektowego w którego

skład wchodzą (Denmarks Tekniske Universitet, Technische Universiteit Delft, Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet, Technological University of the Shannon F6S Network Ireland Limited, IMR, Cadpeople, WHIFFLE BV, Politechnika Gdańska . Opracowanie zostanie przekazane w formie prezentacji pt: ” Zapotrzebowanie pracodawców na kompetencje cyfrowe z sektora wind energy”. Opracowanie będzie stanowiło dane wejściowe do dokonania przez **Wykonawcę** analizy grup docelowych w ramach opracowania strategii kampanii o której mowa w punkcie 1 przedmiotu zamówienia. **Wykonawca** przedstawi **Zamawiającemu** raport z uwzględnieniem metodologii przeprowadzonej analizy grupy docelowej.

3. Cele kampanii :

3.1 Cel sprzedażowy:

- rekrutowanie poprzez formularz zgłoszeniowy w serwisie e- rekrutacja (formularz zgłoszeniowy) na stronie internetowej <https://rekrutacja.pg.edu.pl/> w III cyklach rekrutacyjnych następującej liczby kandydatów:

- 20 studentów na studia II stopnia
- 20 studentów na studia podyplomowe
- 20 uczestników kursów w formule LLL

3.2 Cel komunikacyjny:

- kreowanie pozytywnego wizerunku Politechniki Gdańskiej jako wyjątkowego i nowoczesnego europejskiego ośrodka edukacyjnego.

- budowanie świadomości o nowych kierunkach edukacyjnych związanych z cyfryzacją i sektorem energetyki wiatrowej uruchamianych na Politechnice Gdańskiej

- budowanie świadomości o projekcie DigiWind (www.digiwind.org)

4. Zadania dla Wykonawcy:

4.1 Zadanie I Opracowanie strategii kampanii reklamowej i PR oraz kreacji graficznych.

4.1.1 Opracowanie strategii kampanii reklamowej i PR w mediach cyfrowych (termin realizacji zgodnie z załącznikiem nr 2 harmonogramem do OPZ) takich jak (social media, branżowe portale internetowe min 3 i portale edukacyjne min 2 o zasięgu krajowym i międzynarodowym (UE i kraje spoza UE) z wykorzystaniem narzędzi digital marketingu i sieci internetowej, oraz pozostałych form komunikacji takich jak: e- mailing newslettery).

Strategia powinna zawierać:

- kryteria (geograficzne, demograficzne, behawioralne)
- grupę docelową,

- przekazy do każdej z grup,
- komunikaty prasowe, medialne min 34 komunikatów w trakcie trwania projektu,
- wpisy, posty statyczne, rolki relacje do social mediów, grafiki na portale branżowe, portale edukacyjne, mailingi, newslettery i do innych kampanii w sieci internetowej.

Wykonawca w trakcie opracowania strategii uwzględni dwujęzyczny wymiar projektu, (polsko-angielski) który wymaga zróżnicowanej komunikacji w formie : oficjalnej, nieformalnej, bezpośredniej, aktywnej, pasywnej w zależności od grupy docelowej oraz innowacyjnego przekazu.

4.1.2 Opracowanie kreacji graficznych obejmujących:

- slogan
- grafiki
- informacje
- inne treści multimedialne

Kreacje zostaną opracowane zgodnie z księgą znaków stanowiącą załącznik nr 4 do niniejszego dokumentu OPZ – (visual identity guideline) przekazanego przez **Zamawiającego**.

W ramach **zadania I Wykonawca** dostarczy do akceptacji strategię kampanii reklamowej i PR oraz kreacje graficzne, o których mowa powyżej.

4.2 Zadanie II Opracowanie media planu, komunikatów prasowych, medialnych (min 34 komunikatów)

4.2.1 W ramach **zadania II Wykonawca** zobowiązuje się do opracowania i realizacji media planu spójny z zadaniem I obejmującego co najmniej:

- wybór kanałów komunikacji
- harmonogram publikacji
- formę publikacji
- medium

4.2.2

Wykonawca opracuje i opublikuje min 34 komunikatów prasowych, medialnych w okresie realizacji projektu od 01.01.2025-31.12.2027

4.3 **Zadanie III** Wdrożenie działań wynikających ze strategii kampanii reklamowej i PR, oraz realizacja zadania II zgodnie z opisem j/w. zaakceptowanych przez **Zamawiającego** zgodnie z przyjętym harmonogramem – realizacja.

4.3.1 W ramach **zadania III Wykonawca** zobowiązany jest do comiesięcznych spotkań z **Zamawiającym** w uzgodnionych z **Zamawiającym terminie** (terminy powinny zostać umówione z min 1 tygodniowym wyprzedzeniem, czas trwania spotkania 30 min).

Spotkania podsumowujące realizowane działania oraz przedstawienie przez **Wykonawcę** planu realizacji kolejnych etapów odbywać się będą w wersji on-line lub bezpośrednio w siedzibie **Zamawiającego** ul. Narutowicza 11/12 80-233 Gdańsku. Ponadto **Wykonawca** będzie na bieżąco konsultował z **Zamawiającym** realizację wszystkich elementów zaplanowanej kampanii.

Po każdym zakończonym etapie (cykl rekrutacji) **Wykonawca** przedstawi raport cząstkowy z zrealizowanych działań. Szczegółowy opis raportowania znajduje się w harmonogramie stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego dokumentu OPZ.

4.4 Zadanie IV- Opracowanie raportu końcowego obejmuje :

- analizę efektywności kampanii
- realizację harmonogramu
- realizacja budżetu
- realizację celu sprzedażowego
- realizację celu komunikacyjnego

4.4.1 W ramach **zadania IV Wykonawca** przygotuje i przedstawi raport końcowy. Po akceptacji raportu przez **Zamawiającego** nastąpi ostatni etap płatności.

5. Harmonogram

Harmonogram stanowi załącznik do niniejszego dokumentu (OPZ)

6. Wynagrodzenie

1. Realizacja zadania I,II, zakończonych raportami – 20%.
2. Realizacja zadania III – 50%
 - 2.1 30 % po uruchomieniu I cyklu rekrutacji
 - 2.2 15% po uruchomieniu II cyklu rekrutacji
 - 2.3 5 % po uruchomieniu III cyklu rekrutacji
3. Realizacja zadania IV - 30% - płatność po akceptacji przez **Zamawiającego** treści raportu końcowego

7. Kryteria wyboru oferty

1. Cena – 60 %
2. Przygotowanie planu działania uwzględniającego opis przedmiotu zamówienia max 10 slajdów prezentacja PPP - 40% z
 - 2.1 Plan działania powinien zawierać:
 - propozycję strategii,
 - projekt kreacji graficznych,
 - innowacyjny przekaz,
 - wykorzystanie mediów cyfrowych,
 - storytelling,
 - aspekt psychologiczny przekazu,
 - uwzględnienie treści skierowanej do kobiet,
 - odnawialne źródła energii z naciskiem na energetykę wiatrową

8. Załączniki

Uzupełnieniem do opisu przedmiotu zamówienia są załączniki:

- załącznik nr 1 opis projektu DigiWind
- załącznik nr 2 harmonogram
- załącznik nr 3 wynik badania ankietowego – opracowanie-prezentacja PPX
- załącznik nr 4 księga znaków (visual identity guideline)