

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**1. Nazwa zadania:**

**Prowadzenie działań komunikacyjnych i promocyjnych Wydziału Geoinżynierii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie wraz z prowadzeniem kampanii promocyjnej Wydziału.**

**2. Zamawiający:**

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie  
10-719 Olsztyn ul. Oczapowskiego 2

**3. Specyfikacja:**

**Przedmiotem umowy jest prowadzenie działań komunikacyjnych i promocyjnych Wydziału Geoinżynierii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie wraz z prowadzeniem kampanii promocyjnej Wydziału polegających w szczególności na:**

- bieżącej obsłudze, zarządzaniu fanpage'ami Wydziału na portalach Facebook oraz Instagram,
- prowadzeniu działań komunikacyjnych o charakterze media relations,
- realizacji materiałów wideo na potrzeby działań komunikacyjnych oraz promocyjnych.

*Termin realizacji: od 1 października 2021 do 30 września 2022 roku*

**Szczegółowy zakres przedmiotu umowy:**

**Facebook:**

- publikacja min. 4 postów tygodniowo - treść i forma uzgodniona ze Zleceniodawcą;
- przygotowywanie tygodniowych harmonogramów wpisów;
- moderowanie pojawiających się na fanpage'u treści (w tym komentarzy i wiadomości prywatnych) oraz ich przekazywanie, pośrednictwo w kontakcie pomiędzy publikującymi w przestrzeni fanpage'a a Wydziałem – wg zaleceń Zleceniodawcy
- przygotowanie dedykowanych grafik do wybranych postów charakteryzujących się spójną koncepcją wizualną i tekstową (min. 2 w miesiącu);
- proponowanie i przeprowadzanie interaktywnych działań, które będą przyciągać zaangażowanych fanów tj. quizów, konkursów i innych form zwiększających zasięg organiczny (średnio 1 w miesiącu);
- konfiguracja i zarządzanie kampaniami reklamowymi z wykorzystaniem menadżera Facebook Ads kierowanych do grupy docelowej (maksymalnie 3 na kwartał), w kwocie ustalonego z Zamawiającym budżetu reklamowego.

**Instagram:**

- publikacja min. 2 postów tygodniowo - treść i forma uzgodniona ze Zleceniodawcą;
- publikacja min. 1 zrzutu tygodniowo w ramach funkcji Instastories - treść i forma uzgodniona ze Zleceniodawcą;

- przygotowywanie tygodniowych harmonogramów wpisów i Instastories;
- moderowanie pojawiających się na koncie treści (w tym komentarzy i wiadomości prywatnych) oraz reagowanie na nie, ew. przekazywanie (w przypadku pytań merytorycznych), pośrednictwo w kontakcie pomiędzy publikującymi w przestrzeni profilu, a Wydziałem – wg wskazań Zleceniodawcy;
- przygotowanie dedykowanych grafik do wybranych postów charakteryzujących się spójną koncepcją wizualną i tekstową (średnio 1 w miesiącu).
- konfiguracja i zarządzanie kampaniami reklamowymi z wykorzystaniem menadżera Facebook Ads kierowanych do grupy docelowej (maksymalnie 3 na kwartał), w kwocie ustalonego z Zamawiającym budżetu reklamowego.

### **Media relations:**

- stworzenie tekstu informacyjnego lub promocyjnego do wysyłki do mediów (pakiet 18 tekstów do wykorzystania w ramach umowy rocznej;); wsparcie komunikacyjne w sytuacjach kryzysowych.

### **Materiały video:**

- realizacja krótkich materiałów video na potrzeby działań komunikacyjnych i promocyjnych w mediach społecznościowych: koncepcja, nagrania, montaż, opracowanie graficzne, napisy (pakiet 24 materiałów do wykorzystania w ramach umowy rocznej).

### **Raportowanie działań w mediach społecznościowych:**

- przygotowanie kwartalnych raportów w zakresie kampanii reklamowych z wykorzystaniem menadżera Facebook Ads i ich efekty, będących podstawą do akceptacji faktur;
- przygotowywania miesięcznych raportów podsumowujących prowadzenie działań komunikacyjnych i promocyjnych będących podstawą do akceptacji faktur.

### **Uwagi dodatkowe:**

1. Wykonawca winien dokonać sprawdzenia warunków związanych z wykonaniem prac będących przedmiotem zapytania ofertowego, gdyż wyklucza się możliwość roszczeń Wykonawcy z tytułu błędnego skalkulowania ceny lub pominięcia elementów niezbędnych do wykonania umowy.
2. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania przedmiotu zamówienia z należytą starannością, zgodnie z obowiązującymi normami i przepisami prawa, zasadami współczesnej wiedzy i uzgodnieniami dokonanyymi w trakcie realizacji zamówienia.

### **Wymagania dot. Wykonawcy:**

- a) 2-letnie udokumentowane doświadczenie w prowadzeniu kanałów social media instytucji lub jednostki publicznej.
- b) 2-letnie udokumentowane doświadczenie zawodowe osoby lub osób, które ze strony Wykonawcy obsługiwać będą bezpośrednio Zamawiającego – każda wskazana osoba powinna posiadać doświadczenie minimum 2 lat pracy w mediach lub na

stanowiskach bezpośrednio związanych z media relations (np. redakcja, biuro prasowe, agencja PR).

- c) Udokumentowane doświadczenie w realizacji działań komunikacyjnych o charakterze media-relations dla instytucji lub jednostki publicznej.