

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA INFORMACJI O CENIE

Biuro Dyrektora Generalnego Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska zamierza zrealizować zamówienie, którego przedmiotem będzie: „**Produkcja oraz emisja programów TV oraz przeprowadzenie szkolenia z zakresu komunikacji medialnej**” (dalej „**Programy**”), realizowane jako część kampanii informacyjno-edukacyjnej (dalej „**Kampania**”) w ramach projektu POIS.02.04.00-00-0077/17 „Droga do czystego środowiska - program edukacyjno-promocyjny na rzecz wzmocnienia świadomości społecznej korzystania ze środowiska z poszanowaniem ogólnie przyjętych zasad i norm” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020, II Oś Priorytetowa Ochrona Środowiska, w tym adaptacja do zmian klimatu, Działanie 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna zasobów, zwanego dalej „**Projektem**”.

W związku z powyższym, zwracamy się do potencjalnych Wykonawców o wstępne oszacowanie możliwości i kosztów realizacji następujących prac w ramach przedmiotowego przedsięwzięcia i wypełnienia załączonego szablonu kalkulacji oraz odesłanie całości informacji do dnia **26 maja 2021 r.** na adres: k.dejer@gios.gov.pl.

1. Zakres prac

Przedmiotem zamówienia jest:

- produkcja oraz emisja dwóch cykli programów TV:

- 1) cyklu 12 - odcinkowego skierowanego do dorosłych;
- 2) cyklu 12 - odcinkowego skierowanego do dzieci.

Wykonawca będzie miał za zadanie opracowanie scenariuszy, produkcję i emisję w telewizji i/lub telewizjach o zasięgu ogólnopolskim i/lub regionalnym (zasięg techniczny stacjonarny nie mniejszy niż 90% ludności Polski łącznie, oczekiwana koncesja na nadawanie programów telewizyjnych drogą naziemną) dwóch cykli programów, każdy 12-odcinkowy, wraz z przeniesieniem majątkowych praw autorskich do wszystkich opracowanych i wyprodukowanych materiałów, przy czym:

- 1) intencją Zamawiającego jest dotarcie poprzez cykl programów dla dorosłych do społeczności lokalnych, które w praktyce w największym stopniu stykają się z kwestiami oraz problemami związanymi z ochroną środowiska, gospodarką odpadową, recyklingiem oraz przestrzeganiem w tym zakresie przepisów prawa – w związku z czym Wykonawca zapewni emisję programów u nadawców o charakterze regionalnym;
 - 2) emisja cyklu programów dla dzieci zostanie zapewniona przez Wykonawcę u nadawców ogólnopolskich lub regionalnych.
- przeprowadzenie 2-dniowego szkolenia z zakresu komunikacji medialnej, pod hasłem „Jak komunikować o ochronie środowiska?”, dla 45 pracowników Inspekcji Ochrony Środowiska (IOŚ). Celem szkolenia jest uspołnienie komunikatów na temat Kampanii na szczeblu centralnym i regionalnym oraz doskonalenie umiejętności komunikowania na tematy związane z ochroną środowiska i działalnością IOŚ.

2. Termin realizacji zamówienia:

Przedmiot zamówienia zostanie zrealizowany w całości do 31.01.2023 r., przy czym:

- ✓ emisja programów TV dla dzieci odbędzie się w I połowie 2022 r. (ramówka wiosenna) – do 30.06.2022 r.;

- ✓ emisja programów TV dla dorosłych - w II połowie 2022 r. (ramówka jesienna) – do 31.12.2022 r.;
- ✓ szkolenie z zakresu komunikacji medialnej zostanie zrealizowane w pierwszych dwóch miesiącach Kampanii. Zamawiający przewiduje, że powinno to nastąpić w I kwartale 2022 r.

2. Cel mediowy

Celem mediowym jest osiągnięcie zasięgu nie mniejszego niż 5 mln odbiorców (sumarycznie oba cykle programów) przy zasięgu na efektywnym poziomie częstotliwości 1+.

Osiągnięcie celu mediowego to warunek niezbędny do prawidłowego wykonania przedmiotu zamówienia i zapłaty całości wynagrodzenia.

3. Grupy docelowe i kluczowe komunikaty programów TV

Zamawiający oczekuje, że treści prezentowane w ramach programów TV będą spójne z celami i zakresem tematycznym Kampanii oraz dostosowane do potrzeb grup docelowych wymienionych w ppkt 3). Wykonawca będzie mógł zaproponować doprecyzowanie lub uzupełnienie zakładanych przez Zamawiającego komunikatów, jak i grup docelowych, jeśli będzie miało to pozytywny wpływ na jakość merytoryczną programów lub ich zasięg.

1. Cele Kampanii:

- ✓ Wzmocnienie świadomości środowiskowej społeczeństwa w zakresie bezpieczeństwa ekologicznego w zgodzie z zasadami oraz przepisami prawa, ze szczególnym naciskiem na zapobieganie wykroczeniom i przestępstwom środowiskowym.
- ✓ Informowanie społeczeństwa nt. kompetencji Inspekcji Ochrony Środowiska (IOŚ), w tym prowadzonych działań kontrolnych w zakresie przestrzegania prawa ochrony środowiska – rola IOŚ na tle innych instytucji odpowiedzialnych za ochronę środowiska.
- ✓ Promowanie postaw ekologicznych oraz podnoszenie świadomości środowiskowej dzieci i dorosłych. Edukacja społeczeństwa oraz podejmowanie tematów związanych z ochroną środowiska.

2. Zakres tematyczny Kampanii

Kampania będzie realizowana przez 12 kolejnych miesięcy, jako „opowieść”, w ramach której w każdym miesiącu podejmowany będzie jeden obszar tematyczny:

- ✓ Inspekcja Ochrony Środowiska – jej rola, zadania, kompetencje, relacje z innymi instytucjami związanymi z ochroną środowiska;
- ✓ gospodarowanie odpadami i wykorzystanie surowców wtórnych;
- ✓ walka z przestępstwami przeciwko środowisku – porzucanie odpadów, nielegalny przewóz transgraniczny;
- ✓ krajowe formy ochrony przyrody i prawo dotyczące ochrony przyrody;
- ✓ monitorowanie środowiska – powietrze;
- ✓ monitorowanie środowiska – woda;
- ✓ monitorowanie środowiska – gleba i ziemia;
- ✓ monitorowanie środowiska – przyroda;
- ✓ monitorowanie środowiska – hałas;
- ✓ monitorowanie środowiska – pole elektromagnetyczne;
- ✓ monitorowanie środowiska – promieniowanie jonizujące.

3. Grupy docelowe Kampanii.

- ✓ **ogół społeczeństwa** - troska o środowisko i dbanie o dobrostan przyrody jest wyzwaniem i obowiązkiem, który spoczywa na każdym obywatelu, niezależnie od wieku, statusu materialnego czy miejsca zamieszkania. Przekaz kierowany do ogółu społeczeństwa będzie miał za zadanie:

- a) popularyzację nawyków proekologicznych – „co może zrobić każdy z nas”, uświadomienie szans i korzyści jakie przynosi troska o środowisko, uwrażliwienie na zagrożenia wynikające z niewłaściwego postępowania;
 - b) edukację w zakresie systemu ochrony środowiska w Polsce – kiedy i jak reagować w razie dostrzeżenia niepokojących sygnałów. Jakie jest miejsce w tym systemie i obowiązki Inspekcji Ochrony Środowiska w zakresie ochrony środowiska.
- ✓ **dzieci w wieku 4-12 lat** - szczególną grupę odbiorców Kampanii będą stanowili najmłodszy odbiorcy – dzieci. W myśl maksymy „czym skorupka nasiąknie za młodu...”, celem przekazu dla najmłodszych będzie budowanie świadomości ekologicznej, rozbudzenie ciekawości tematyką przyrodniczą i ukazywanie pozytywnych efektów troski o środowisko naturalne.
 - ✓ **samorządy, dziennikarze, organizacje pozarządowe i uczelnie** - wielu samorządowców, dziennikarzy, przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz ludzi nauki jest aktywnie zaangażowanych w oddolne działania na rzecz ochrony środowiska. Ich zaangażowanie stanowi ogromny potencjał w tym obszarze, bywa jednak, że gubią się w systemie ochrony środowiska, nie wiedząc do jakiej instytucji zwrócić się po pomoc w konkretnych przypadkach. Stąd, celem komunikacji skierowanej do tej grupy będzie edukacja na temat podziału kompetencji i zadań między instytucjami publicznymi w zakresie ochrony środowiska.
 - ✓ **pracownicy IOŚ** – ambasadorami Kampanii zarówno na szczeblu centralnym, jak i regionalnym będą pracownicy Inspekcji, odpowiedzialni w szczególności za bezpośredni kontakt z mediami oraz klientami IOŚ, tj. obywatelami, przedsiębiorcami, przedstawicielami organizacji pozarządowych, itp. Ważne jest, aby wyposażyć ich w wiedzę i narzędzia, które pozwolą im we właściwy sposób komunikować o ochronie środowiska i samej Kampanii.

4. Kluczowe komunikaty programów TV

Zamawiający zakłada, że programy TV będą skoncentrowane wokół następujących komunikatów:

- 1) zachowanie różnorodności biologicznej poprzez propagowanie krajowych form ochrony przyrody z uwzględnieniem specyfiki regionalnej (w tym ochrona gatunkowa), ale również poprzez działania indywidualne każdego człowieka na rzecz ochrony zasobów środowiska;
- 2) budowanie wizerunku i marki Inspekcji Ochrony Środowiska poprzez pokazanie roli IOŚ w ochronie środowiska w Polsce z naciskiem na zadania kontrolne i monitoring środowiska z uwzględnieniem specyfiki regionalnej, jak również informowanie o inicjatywach, programach i działaniach IOŚ w ramach prac resortu klimatu i środowiska;
- 3) środowisko przyrodnicze Polski jest naszym wspólnym dobrem i dbałość o zrównoważone zarządzanie jego zasobami jest obowiązkiem każdego z nas („Co Ty dzisiaj zrobiłeś dla ochrony środowiska?”);
- 4) właściwe gospodarowanie odpadami jest kluczowe dla zachowania środowiska dla przyszłych pokoleń („Segregacja, recykling oraz działania w oparciu o ideę obiegu zamkniętego jako podstawowe zadania z zakresu dbałości o środowisko”).

Przekaz niosący ww. komunikaty powinien mieć następujące cechy:

- 1) zawierać informacje o dobrych praktykach na poziomie krajowym i regionalnym/lokalnym w poszczególnych województwach/regionach;
- 2) przedstawiać komunikat w sposób adekwatny do warunków panujących lokalnie;
- 3) przedstawiać komunikat w sposób dopasowany tematycznie i językowo do potrzeb informacyjnych odbiorcy;
- 4) zawierać rzetelne i sprawdzone informacje, reagować na przekłamania i niedopowiedzenia;

- 5) budować społeczną świadomość w zakresie środowiska i umożliwiać kaskadową dystrybucję treści w lokalnych społecznościach;
- 6) ton komunikacji powinien być bezpośredni, życzliwy, zrozumiały oraz wiarygodny;
- 7) łączyć element zdobywania wiedzy z elementem zachęcania do zmiany zachowania;
- 8) pokazywać korzyści wypływające z zachowań prośrodowiskowych;
- 9) nie koncentrować się wyłącznie na tematyce legislacyjnej oraz przepisach.

Kluczowe jest podniesienie świadomości społeczności lokalnych na temat tego, co dzieje się na ich terenie zarówno w kontekście zakresu działań Inspekcji, jak i praw oraz obowiązków ludzi w dziedzinie ochrony środowiska, a co za tym idzie również ochrony zdrowia i zachowania odpowiedniego komfortu życia.

4. Wymagania ogólne dotyczące programów TV

1. Każdy z odcinków w obu cyklach programów będzie trwał min. 10 - max. 15 minut.
2. Cykl programów dla dorosłych będzie prowadzony przez osobę wiodącą/gospodarza, obdarzoną charyzmą, budzącą zaufanie i sympatię, wiarygodną, z łatwością nawiązującą kontakt z rozmówcą/widzem, posiadającą doświadczenie medialne.
3. Zamawiający zastrzega sobie dokonanie finalnego wyboru spośród min. 3 przedstawionych kandydatów na gospodarza cyklu.
4. W przypadku programów dla dzieci Zamawiający dopuszcza prowadzenie ich przez gospodarza lub zastosowanie innej formuły zaproponowanej przez Wykonawcę, gwarantującej przekazanie treści w sposób atrakcyjny dla młodszego odbiorcy (możliwe opcje – bohater animowany, dziecięcy aktorzy). Wykonawca przedstawi trzy propozycje osoby wiodącej/gospodarza – jeśli będzie dotyczyło.
5. Emisja cyklu programów dla dorosłych zostanie zapewniona w paśmie programowym popołudniowym lub wieczornym; planowany czas emisji cyklu programów: 12 tygodni – 1 odcinek tygodniowo.
6. Emisja cyklu programów dla dzieci zostanie zapewniona w paśmie programowym porannym lub popołudniowym; planowany czas emisji cyklu programów: 12 tygodni – 1 odcinek tygodniowo.
7. Wykonawca pokryje wszelkie koszty związane z udziałem ewentualnych zaproszonych gości w programach, w tym wynikające ze zobowiązań cywilno-prawnych związanych z utrwalaniem, wykorzystaniem i upowszechnianiem wizerunku osób biorących udział w poszczególnych odcinkach cykli programów.
8. Zamawiający nie dopuszcza nadawania reklam ani innych materiałów sponsorowanych w trakcie emisji programów.

5. Wymagania szczegółowe dotyczące programów TV

1. W zakresie programów dla dzieci Zamawiający dopuszcza:
 - 1) możliwość włączenia animacji (np. wprowadzenie animowanego bohatera, przedstawiającego elementy edukacyjne);
 - 2) zastosowania elementów edukacyjnych w formie zabawy;
 - 3) wprowadzenie dziecięcych aktorów i/lub grupy dzieci, aby uwiarygodnić przekaz dla odbiorców;
 - 4) uwzględnienia w scenariuszach elementów wynikających z podstawy programowej nauczania szkolnego odpowiadających tematycznie założeniom programu.
2. W zakresie programów dla dorosłych Zamawiający wymaga:
 - 1) obecności autorytetów w dziedzinie ochrony środowiska, aby uwiarygodnić przekaz dla odbiorców;
 - 2) zastosowania strategii pozytywnych emocji, polegającej na takim działaniu, by odbiorca zaakceptował sugestie zawarte w programie i uznał płynący z nich przekaz za wiarygodny.
3. Wykonawca zapewni, że audycje realizowane będą na terenie Polski; Wykonawca wspólnie z Zamawiającym dokona wyboru lokacji, w których będą realizowane materiały filmowe.

4. Wykonawca zobowiązuje się zapewnić zespół realizacyjny, w tym ekipę filmową, złożoną z osób niezbędnych do przygotowania programów.
5. Wykonawca zobowiązany jest zapewnić wszystkie elementy niezbędne w fazie produkcyjnej (w tym: oświetlenie, make-up i kostiumy) i postprodukcyjnej (w tym: prace montażowe, dodanie efektów dźwiękowych, napisów) odcinka, mające na celu przygotowanie plików emisyjnych do wskazanych stacji telewizyjnych.
6. Zdjęcia będą realizowane w plenerze (na łądzie, w wodzie i w powietrzu) oraz w studio, zastosowane zostaną różne perspektywy.
7. Wykonawca zobowiązany jest zapewnić ubezpieczenie OC i NNW w zakresie niezbędnym do realizacji materiału na potrzeby programów.
8. Opracowanie oprawy graficznej i animacji – Wykonawca stworzy spójną oprawę graficzną dla całego cyklu (czołówka, strony tytułowe, napisy i inne w zależności od wymagań scenariusza).
9. Zamawiający nie ogranicza ilości dni zdjęciowych – ich ilość oraz kalkulację kosztów z tym związaną Wykonawca ujmie w kalkulacji kosztów przedmiotu zamówienia.
10. Format dźwięku – Dolby Digital 5.1.
11. Format obrazu 16:9 HD.
12. Zapis filmu w formatach i rozdzielczościach pozwalających na emisję zarówno w telewizji, jak i w Internecie (minimum dwa formaty).
13. Dostosowanie cyklu do wymogów WCAG 2.0.
14. Wersja językowa polska oraz angielska (tylko napisy), w przypadku potrzeby zastosowania głosu lektora – Wykonawca zaproponuje głos lektora do akceptacji Zamawiającego.
15. Udźwiękowanie i muzyka – Wykonawca zapewni wykonanie ścieżki dźwiękowej, w tym: odgłosy tła i efekty dźwiękowe niezbędne dla obrazu, wypowiedzi osób i głos lektora oraz muzykę w zależności od wymogów scenariusza danego odcinka.
16. Podkład muzyczny może stanowić utwór/utwory specjalnie skomponowane dla cyklu/cykli lub też istniejący utwór/utwory, do którego Wykonawca posiada prawa autorskie (musi być zaakceptowany przez Zamawiającego).
17. Czas niezbędny dla produkcji i postprodukcji poszczególnych odcinków cyklu oraz zaangażowanie niezbędnych osób musi zostać zaplanowane w sposób pozwalający na dokonywanie odbiorów i płatności zgodnie z zapisami Umowy (Załącznik nr 2).
18. Osoby zaangażowane w wykonanie przedmiotu zamówienia muszą biegłe posługiwać się językiem polskim (w przypadku niespełniania tego warunku przez którąkolwiek z osób, na Wykonawcy spoczywa obowiązek zapewnienia tłumacza na okres i dla potrzeb realizacji przedmiotu zamówienia).
19. Preferowana minimum dwukrotna emisja każdego z odcinków.
20. Wykonawca uzyska niezbędne zgody i pozwolenia na filmowanie materiału w terenie.
21. Istnieje możliwość wykorzystania materiałów odautorskich/korzystania z ogólnodostępnych banków po uzyskaniu niezbędnych praw i akceptacji Zamawiającego.

6. Wymagania dotyczące szkolenia z zakresu komunikacji medialnej

Szkolenie w formie tradycyjnej:

- 1) Wykonawca zorganizuje i przeprowadzi 2-dniowe szkolenie, pod hasłem „Jak komunikować o ochronie środowiska?”, w formie tradycyjnej dla 45 pracowników Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska i Wojewódzkich Inspektoratów Ochrony Środowiska, odpowiedzialnych za komunikowanie się z mediami oraz mającymi częsty kontakt z mediami wynikający ze specyfiki wykonywanych obowiązków;
- 2) szkolenie zostanie przeprowadzone w grupach 5 - osobowych;
- 3) harmonogram każdego dnia szkolenia:
 - 09.00 – 11:00 Szkolenie
 - 11:00 – 11:15 Przerwa
 - 11:15 – 12:45 Szkolenie

12:45 – 13:15 Przerwa
13:15 – 14:45 Szkolenie
14:45 – 15:00 Przerwa
15:00 – 16:00 Szkolenie

- 4) Zamawiający nie dopuszcza łączenia grup szkoleniowych w jedną całość; Wykonawca przeprowadzi szkolenie z zachowaniem reżimu sanitarnego adekwatnie do bieżącego stanu epidemiologicznego związanego z COVID-19;
- 5) Wykonawca zapewni: salę szkoleniową wraz z wyposażeniem w Warszawie, 2 trenerów – 1 trener/grupę, opracowanie szczegółowego programu szkoleń, zakup materiałów szkoleniowych dla wszystkich uczestników szkolenia, opracowanie w wersji elektronicznej materiałów szkoleniowych oraz nagranie tych materiałów szkoleniowych na pendrive uczestnikom szkolenia, wydruk materiałów dla każdego uczestnika szkolenia, prowadzenie list obecności uczestników szkolenia, przeprowadzenie ewaluacji szkolenia na podstawie ankiet indywidualnej oceny szkolenia (AIOS) według wzoru wynikającego z *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 24 czerwca 2015 r. w sprawie szczegółowych warunków organizowania i prowadzenia szkoleń w służbie cywilnej* oraz przygotowanie i wydanie zaświadczeń o ukończeniu szkolenia, nadzór nad szkoleniem; nocleg dla uczestników szkolenia (pokoje 1-osobowe, hotel 3-gwiazdkowy w Warszawie w lokalizacji z dogodnym dojazdem do miejsca szkolenia); liczba uczestników, którzy będą korzystać z noclegu: 30. Zamawiający pokrywa koszty dojazdu;
- 6) Wykonawca zapewni również:
 - a) catering kawowy dostępny podczas trwania całego szkolenia (kawa, herbata, woda, owoce, ciastka);
 - b) obiad (dwa dania – zupa i danie drugie, do wyboru dwa rodzaje każdego z dań, w tym jedna wersja dań wegetariańska, deser, sok/woda);
- 7) szkolenie może odbyć się w różnych terminach dla poszczególnych grup, przy czym pierwsze szkolenie odbędzie się w pierwszym miesiącu, a ostatnie w drugim miesiącu Kampanii; Zamawiający poinformuje Wykonawcę o dacie rozpoczęcia Kampanii podczas podpisywania umowy na realizację przedmiotu zamówienia;
- 8) szkolenie powinno zawierać część teoretyczną i praktyczną w proporcji odpowiadającej specyfice tematu. W trakcie szkolenia zostanie omówiona Kampania (założenia, czas trwania, najistotniejsze elementy) i przeciwiczone najważniejsze obszary kontaktu z dziennikarzami. Ponadto program szkolenia powinien obejmować następujące zagadnienia:
 - a) zasady kontaktu z mediami;
 - b) ćwiczenia wygłaszania oświadczeń, prowadzenia konferencji prasowych;
 - c) ćwiczenia operowania głosem;
 - d) ćwiczenia komunikacji pozawerbalnej;
 - e) zasady odpowiadania na pytania w rozmowie z dziennikarzami.
 - f) jak przygotować się do wystąpienia przed kamerą;
 - g) jak odpowiadać na trudne pytania;
 - h) warsztat pracy z kamerą;
 - i) kryzys wizerunkowy; warsztaty komunikacji kryzysowej;
 - j) zasady komunikacji prowadzonej za pośrednictwem mediów społecznościowych – dobre praktyki;
- 9) Wykonawca zapewni, aby elementem warsztatów w każdym dniu szkolenia było co najmniej jedno wystąpienie/praktyczne ćwiczenie każdego z uczestników (np. prowadzenie konferencji/briefingu prasowego, udzielanie wywiadu); w trakcie szkolenia każdy z uczestników otrzyma od trenera informację zwrotną zwierającą mocne i słabe strony wystąpień.

Szkolenie w trybie zdalnym (on-line)

W przypadku, gdy ze względu na sytuację epidemiologiczną związaną z COVID-19 nie będzie możliwe przeprowadzenie szkolenia w trybie stacjonarnym, Wykonawca zrealizuje szkolenie

w formie zdalnej (on-line) z wykorzystaniem teleinformatycznych środków łączności, z uwzględnieniem poniższych zasad:

- 1) Wykonawca ma dowolność wyboru rozwiązania teleinformatycznego, za pośrednictwem którego będzie prowadzone szkolenie, z zastrzeżeniem, że zaproponowane rozwiązanie musi uzyskać akceptację Zamawiającego;
- 2) przyjęte rozwiązanie teleinformatyczne nie może wymagać instalowania na komputerach uczestników jakichkolwiek płatnych aplikacji;
- 3) wskazany przez Zamawiającego koszt realizacji zamówienia powinien uwzględniać również koszt użytkowania narzędzia teleinformatycznego;
- 4) uczestnicy szkolenia logując się do realizacji szkolenia powinni podać swoje dane – imię, nazwisko oraz komórkę organizacyjną, w której pracują (wymóg konieczny w celu ewidencji przeszkolonych osób);
- 5) przyjęte rozwiązanie teleinformatyczne powinno umożliwiać potwierdzenie udziału w szkoleniu (sporządzenie „listy obecności”) oraz nieograniczony udział w szkoleniu wskazanej liczby uczestników;
- 6) szkolenie powinno odbywać się w czasie rzeczywistym („na żywo”), nie dopuszcza się odtwarzania wcześniej nagranych materiałów;
- 7) przyjęte rozwiązanie teleinformatyczne powinno zapewniać transmisję dźwięku i obrazu oraz możliwość prezentacji plików (graficznych, tekstowych itp.);
- 8) szkolenie będzie miało charakter interaktywny, uczestnicy szkolenia powinni mieć możliwość zadawania pytań trenerowi (w formie głosowej lub tekstowej) i uzyskania odpowiedzi w trakcie szkolenia;
- 9) agenda spotkania, zagadnienia i treści przekazywane w trakcie szkolenia w trybie zdalnym będą takie same jak w przypadku szkolenia przeprowadzanego w trybie stacjonarnym;
- 10) Wykonawca zapewni, aby elementem warsztatów w każdym dniu szkolenia było co najmniej jedno wystąpienie każdego z uczestników on-line (np. prowadzenie konferencji on-line, udzielanie wywiadu on-line); w trakcie szkolenia każdy z uczestników otrzyma od trenera pisemną informację zwrotną zawierającą mocne i słabe strony wystąpień.

7. Najistotniejsze elementy związane z realizacją przedmiotu zamówienia.

1. Wykonawca w terminie 5 dni roboczych od dnia podpisania Umowy przeprowadzi w siedzibie Zamawiającego 1-dniowe warsztaty (w godz. 9.00-16.00 z trzema przerwami nie dłuższymi niż 80 min łącznie), z udziałem przedstawicieli Zamawiającego (10-12 osób), w trakcie których zostaną zidentyfikowane obszary i zagadnienia do uwzględnienia w dwóch cyklach programów TV oraz na podstawie którego Wykonawca opracuje koncepcje obu cykli programów. W trakcie warsztatów zostaną również omówione potrzeby i sposób realizacji szkolenia medialnego. Wykonawca zapewni catering kawowy dla uczestników warsztatów.
2. Wykonawca w terminie 7 dni roboczych od dnia przeprowadzenia warsztatów zaprezentuje w siedzibie Zamawiającego i przedstawi do akceptacji Zamawiającego *Plan realizacji*. Plan realizacji będzie składał się z następujących części:
 - 1) koncepcja cyklu programów dla dzieci;
 - 2) koncepcja cyklu programu dla dorosłych;
 - 3) cel mediowy – opis, wartość docelowa, sposób i częstotliwość pomiaru, zasady raportowania z osiągnięcia celu mediowego;
 - 4) harmonogram realizacji każdego z cyklu programów, w tym terminy:
 - a) przekazania Zamawiającemu do akceptacji scenariuszy programów,
 - b) produkcji programów,
 - c) kołaudacji programów,
 - d) emisji programów.
 - 5) w zakresie szkolenia na temat komunikacji medialnej:

- a) szczegółowy program szkolenia, obejmujący: cele szkolenia, definicje kluczowych pojęć, metody szkoleniowe, scenariusz szkolenia, przykładowy egzemplarz kompletu materiałów szkoleniowych,
- b) terminy i miejsce realizacji szkolenia oraz noclegu uczestników,
- c) informacje na temat trenerów.

8. Monitoring prac i cel mediowy

Wykonawca będzie odpowiedzialny za prowadzenie monitoringu postępów prac oraz osiągnięcie celu mediowego. W związku z tym Wykonawca:

- 1) będzie przekazywał Zamawiającemu cyklicznie miesięczne bieżące informacje na temat osiągniętej wartości celu mediowego,
- 2) opracuje *Raport okresowy* (po zakończeniu emisji cyklu programów dla dzieci/po zakończeniu Etapu II),
- 3) opracuje raport z realizacji szkolenia z zakresu komunikacji medialnej,
- 4) opracuje *Raport końcowy*.

9. Zapewnienie emisji

Wykonawca przedstawi w ofercie dokumenty potwierdzające zapewnienie emisji programów TV, które zostaną wytworzone w ramach przedmiotu zamówienia (koncesja lub porozumienie/list intencyjny/ umowa z nadawcą, spełniającym wymagania określone w pkt 1).

Poniżej harmonogram ramowy realizacji przedmiotu zamówienia.

HARMONOGRAM RAMOWY

		Etap I	Etap II	Etap III	Etap IV
		Do 40 dni roboczych od dnia podpisania Umowy	Od daty zaakceptowania przez Zamawiającego Planu realizacji do 30.06.2022 r.	Od daty zaakceptowania przez Zamawiającego Planu realizacji do 31.12.2022 r.	01.01.2023 - 30.01.2023
1.	Opracowanie i akceptacja Planu realizacji	Zaakceptowany przez Zamawiającego Plan realizacji			
2.	Opracowanie, produkcja i emisja cyklu programów dla dzieci		Opracowanych, wyprodukowanych i wycenionych 12 odcinków cyklu programów dla dzieci		
3.	Opracowanie, produkcja i emisja cyklu programów dla dorosłych		Opracowanych, wyprodukowanych i wycenionych 12 odcinków cyklu programów dla dorosłych		
4.	Opracowanie i akceptacja Raportu końcowego				Opracowany i zaakceptowany przez Zamawiającego Raport końcowy
5.	Szkolenie - komunikacja medialna		Przeprowadzone szkolenie z zakresu komunikacji medialnej		
5.	Produkty etapów	Zaakceptowany przez Zamawiającego Plan realizacji	1. Opracowanych, wyprodukowanych i wycenionych 12 odcinków cyklu programów dla dzieci 2. Przeprowadzone szkolenie z zakresu komunikacji medialnej	1. Opracowanych, wyprodukowanych i wycenionych 12 odcinków cyklu programów dla dorosłych	1. Opracowany i zaakceptowany przez Zamawiającego Raport końcowy