**Załącznik Nr 1 do SIWZ**

# SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

w przetargu nieograniczonym na przeprowadzenie badania skuteczności działań w zakresie promocji nauki w projekcie Partnerski związek nauki i postępu (PZNiP).

## 1. WPROWADZENIE

Nazwa Projektu: Partnerski związek nauki i postępu (PZNiP),
Program Operacyjny Kapitał Ludzki,
Priorytet IV. Szkolnictwo wyższe i nauka,
Działanie 4.2 Rozwój kwalifikacji kadr systemu B+R i wzrost świadomości roli nauki w rozwoju gospodarczym
Lider projektu: Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego
Partnerzy: Politechnika Poznańska i Telewizja Polska oddział w Poznaniu.

Ogólnym celem projektu jest zwiększenie poziomu innowacji przez upowszechnienie osiągnięć nauki polskiej i światowej, w tym osiągnięć kobiet-naukowców, wśród studentów, pracowników uczelni oraz jednostek naukowych, a także podmiotów z sektora badań i rozwoju w Polsce. Wskaźnik liczba strategii wdrażania osiągnięć naukowych opracowanych przez studentów i upowszechnionych wśród pracowników jednostek naukowych i współpracujących z B+R.

## 2. CELE CZĘŚCI BADAWCZEJ PROJEKTU

2.1 Celem części badawczej projektu jest: badawcze wsparcie projektu budującego atrakcyjność nauk, w szczególności technicznych i matematyczno-przyrodniczych wśród studentów, pracowników uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R..
Dodatkowa uwaga: W całym projekcie i w badaniach także trzeba uwzględnić równość szans, zwrócić uwagę aby badania były prowadzone z podziałem na kobiety i mężczyzn.

W ramach badań:
a) początkowych,
b) procesów komunikacji,
c) stopnia osiągnięcia celów i rezultatów

używane jest pojęcie pomiaru świadomości, które dotyczy zbadania stanu wiedzy w zakresie tematyki projektu. Problematyka zmiany poziomu świadomości, znaczenia nauki i postępu w życiu zawodowym i prywatnym sygnalizowana jest w samej nazwie Działania 4.2 „Rozwój kwalifikacji kadr systemu B+R i wzrost świadomości roli nauki w rozwoju gospodarczym".

2.2. Kluczowe zagadnienia:

a) ewaluacja poziomu świadomości użyteczności i wykorzystania nauk technicznych i matematyczno-przyrodniczych w gospodarce
b) badawcze wsparcie procesów komunikacji projektu PZNiP na poszczególnych etapach jego prowadzenia, ze szczególnym uwzględnieniem badań wspierających:
   - dobór właściwych mediów komunikacji
   - tworzenie komunikacji medialnej planowanej na rzecz projektu PZNiP
   - tworzenie programów informacyjnych co do ich „konstrukcji, stylu, tematyki, etc."
   - wykorzystanie mediów
c) badawcze wsparcie procesów tworzenia materiałów informacyjnych (w tym programów informacyjnych, filmów) w celu maksymalizacji ich efektywności jako narzędzia realizującego główne cele programu PZNiP:
   - badania identyfikujące najbardziej nośne społecznie (w populacji celowej dla programu) tematy i zagadnienia, które mogą zostać objęte tematyką programów,
   - badanie wstępnych konceptów tematów zaproponowanych przez twórców programu,
   - ocena zaproponowanych form programów w celu ich udoskonalenia lub przeformułowania,
d) zdefiniowanie kierunków rozwoju programu PZNiP w przyszłości.

## 3. STRUKTURA CZĘŚCI BADAWCZEJ PROJEKTU PZNiP

Poniżej prezentowana jest ramowa struktura badań wspierających realizację projektu PZNiP oraz wykaz metod badawczych wraz z ramowymi wytycznymi co do wielkości prób badawczych i harmonogramu realizacji poszczególnych modułów badań (przedmiotem zamówienia, oprócz wykonania badań kwestionariuszowych i wywiadów grupowych (fokusowych) jest opracowanie metodyki badań oraz sporządzenie raportów).

Wykonawca powinien pozostawać w stałym kontakcie ze Zleceniodawcą.

Wszystkie realizowane badania powinny zawierać następujące etapy, które Wykonawca w formie pisemnej przedstawi do zatwierdzenia Zamawiającemu przed przystąpieniem do każdego etapu badań, a ich opisy przedstawi dodatkowo w raporcie. Raport cząstkowy oraz końcowy powinien zawierać co najmniej:

- zidentyfikowanie problemu badawczego/problemów badawczych (uzgodnionego z Zamawiającym),
- wybór metodyki badań,
- określenie celów ogólnych i celów szczegółowych realizowanych badań,
- identyfikację populacji generalnej,
- dobór i rekrutację próby badanej,
- zaprojektowane narzędzie pomiarowe (z zatwierdzonymi przez Zamawiającego: listą pytań kwestionariusza wywiadu lub scenariuszem spotkań w ramach wywiadów grupowych),
- szczegółowe sprawozdanie z realizacji badań (badane wskaźniki),
- opisaną metodę analizy danych (np. rodzaje statystyk),
- prezentację wniosków i propozycji zmian w zakresie działań promocyjnych objętych badaniem.

**Każdy z raportów stanowi podstawę odbioru zadania, musi zawierać wnioski uwzględniające cele i rezultaty projektu oraz musi obejmować sugestie umożliwiające doskonalenie działań w projekcie.**

Raport należy przedstawić w formie papierowej (trwale spiętej) i elektronicznej w 3 egzemplarzach.

Wykonawca przekaże Zamawiającemu:

- kwestionariusze ankiet i dokumentację w zakresie fokusów wraz z pisemną transkrypcją w formacie Word przebiegu całych zogniskowanych wywiadów grupowych (po dwa egzemplarze w wersji papierowej i na płycie CD, z przebiegu każdej zogniskowanej dyskusji grupowej),
- wykonane w ramach fokusów nagrania audio video,
- wykonane w ramach badań ankietowych elektroniczne bazy danych umożliwiające przeglądanie w arkuszu kalkulacyjnym.

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania wytycznych i kwestionariusza rekrutacyjnego służącego rekrutacji uczestników wszystkich zogniskowanych wywiadów grupowych i wszystkich badań kwestionariuszowych. Wytyczne i kwestionariusze rekrutacyjne muszą zostać poddane ocenie i zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.

Wykonawca zobowiązany jest przeprowadzić efektywną rekrutację i zapewnić udział uczestników w ramach wszystkich zogniskowanych wywiadów grupowych oraz w ramach wszystkich wywiadów kwestionariuszowych.

Wykonawca zobowiązany jest do oznaczenia sal, gdzie realizowane będą badania zgodnie z zasadami wynikającymi z dokumentu „Wytyczne dotyczące oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki" wersja z dnia Warszawa, 4 luty 2009 r. oraz wersji późniejszych, jeśli zostaną ogłoszone na stronie www.efs.gov.pl.

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia moderowania wszystkich zogniskowanych wywiadów grupowych (fokusów) przez wykwalifikowanych i doświadczonych moderatorów, którzy będą współpracowali z Zamawiającym przez cały czas trwania projektu.

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia poczęstunku dla uczestników spotkania: kawa, herbata, śmietanka, cukier, woda, soki, ciastka.

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia obsługi technicznej i administracyjnej w trakcie trwania zogniskowanych wywiadów grupowych.

**W opisie badań wskazano 22 ośrodki akademickie (miejscowości w Polsce, w których znajdują się szkoły wyższe, ich oddziały zamiejscowe lub w miastach tych funkcjonują rozgłośnie studenckie), w których realizowane będą działania promocyjne.**

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia odpowiedniego zaplecza technicznego w wybranych ośrodkach akademickich, minimum 4 z wymienionych miejscowości, tj. dysponowaniem salami położonymi w wybranych ośrodkach akademickich, w tym w wykazywanych miejscowościach w załączniku nr 1 do SIWZ, pozwalającego na realizację FGI (Focus group interview), w tym spełniającymi łącznie następujące wymagania minimalne:

- sala do prowadzenia zogniskowanych wywiadów grupowych mieszczącą minimum 10 osób,
- gwarantująca nagrywanie audio i video,
- z dostępem do Internetu o przepustowości minimum 2 Mb/s,
- ekran do wyświetlania,
- osobny komputer (laptop) dla moderatora z dostępem do Internetu o przepustowości minimum 2 Mb/s oraz podłączonym rzutnikiem multimedialnym i ekranem do wyświetlania,
- zaplecze pozwalające na przeprowadzenie kwestionariuszy rekrutacyjnych.

*3.1 Badanie początkowe dla ustalenia bazowego poziomu wskaźników dla celu głównego, szczegółowych oraz rezultatów (w tym badania oceny propozycji programów)*

**3.1.1 Cele zawarte w projekcie, które będą uwzględnione w raporcie:**

a) pomiar świadomości użyteczności i wykorzystania osiągnięć nauki w szczególności nauk technicznych i matematyczno-przyrodniczych w gospodarce i w życiu codziennym,
b) pomiar świadomości wśród studentów, pracowników uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R w zakresie sposobów wdrażania osiągnięć naukowych w praktyce,
c) zdefiniowanie optymalnych form i kanałów komunikacji programów w obszarze Internet, TV, radio, czasopismo, kampania BTL (below the line) dla wytypowanej grupy docelowej - dobór właściwych mediów komunikacji,
d) zebranie danych, pozwalających na przygotowanie komunikacji medialnej planowanej na rzecz projektu PZNiP,
e) zebranie danych wspierających proces tworzenia materiałów informacyjnych (w tym materiałów na stronach internetowych, programów informacyjnych, filmów, programów radiowych) w celu maksymalizacji ich efektywności jako narzędzia realizującego główne cele programu PZNiP
f) zidentyfikowanie najbardziej nośnych społecznie (w populacji celowej dla programu) tematów i zagadnień, które mogą zostać objęte tematyką programów.

**3.1.2 Oczekiwana metoda badań, próba, harmonogram, koszty**

a) <u>zogniskowane wywiady grupowe (Focus group interview):</u>
   - badana grupa: studenci różnych kierunków
   - próba: minimum 12 FGI, w każdym minimum 10 osób,
   - badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie, minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
   - narzędzie: scenariusz wywiadu grupowego będzie akceptowany przez Zamawiającego po podpisaniu umowy

- czas trwania: każda grupa ok. 2,5 h, scenariusz wywiadu grupowego ustalany w porozumieniu z Zamawiającym przed realizacją badania
- okres zbierania danych: 21 tygodni
- początek realizacji: niezwłocznie po podpisaniu umowy
- koniec realizacji: 31.05.2011 (przekazanie raportu cząstkowego)

b) bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe – studenci
- badana grupa: studenci różnych kierunków,
- próba: minimum 600 wywiadów,
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie, minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania wywiadu: ok. 30 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalona zostanie z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych: 21 tygodni,
- początek realizacji: niezwłocznie po podpisaniu umowy,
- koniec realizacji: 31.05.2011 (przekazanie raportu cząstkowego).

c) bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe – naukowcy
- badana grupa: pracownicy uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R,
- próba: minimum 120 wywiadów indywidualnych,
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie, w minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę,

- czas trwania wywiadu: ok. 30 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych: 21 tygodni,
- początek realizacji: niezwłocznie po podpisaniu umowy,
- koniec realizacji: 31.05.2011 (przekazanie raportu cząstkowego).

*3.2 Badanie procesów komunikacji (w obszarze Internet, TV, radio, czasopismo, BTL)*

**3.2.1 Cele zawarte w projekcie, które będą uwzględnione w raporcie:**

a) badawcze wsparcie tworzenia komunikacji medialnej planowanej na rzecz projektu PZNiP:
   - ocena efektywności komunikacyjnej konceptów przez przedstawicieli grupy docelowej
   - ocena przygotowanych konceptów komunikacji
   - wybór najlepszych konceptów komunikacji

b) badanie wstępnych konceptów tematów zaproponowanych przez twórców programu

c) ocena zaproponowanych form programów w celu ich udoskonalenia lub przeformułowania
   - analiza przygotowanych materiałów pod kątem maksymalizacji skuteczności realizacji celów RSI
   - proponowanie zmian konceptów przez Wykonawcę.

Efekty uzyskane w projekcie, które będą wynikały z raportu podsumowującego przeprowadzone badania:
- optymalizacja doboru mediów i procesów przekazu

**3.2.2 Metoda badania, próba, harmonogram koszty:**

**3.2.2.1 Etap 1.**

a) <u>zogniskowane wywiady grupowe (FGI):</u>
   - badana grupa: studenci różnych kierunków próba: minimum 4 FGI w każdym minimum 10 osób,
   - badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – wymagana

akceptacja Zamawiającego, minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,

- narzędzie: scenariusz wywiadu grupowego akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania: każda grupa ok. 2,5 h, scenariusz wywiadu grupowego ustalany z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych: 8 tygodni,
- początek realizacji: niezwłocznie po podpisaniu umowy,
- koniec realizacji: 28.02.2011 (przekazanie raportu cząstkowego).

b) <u>bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe – studenci</u>

- badana grupa: studenci różnych kierunków,
- próba: minimum 140 wywiadów indywidualnych,
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – wymagana akceptacja Zamawiającego, minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania wywiadu: ok. 25 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych: 8 tygodni,
- początek realizacji: niezwłocznie po podpisaniu umowy,
- koniec realizacji: 28.02.2011 (przekazanie raportu cząstkowego).

**3.3.2.2. Etap 2.**

a) <u>zogniskowane wywiady grupowe (FGI):</u>

- badana grupa: studenci różnych kierunków próba: minimum 4 FGI w każdym minimum 10 osób,
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: scenariusz wywiadu grupowego akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania: każda grupa ok. 2,5 h, scenariusz wywiadu grupowego ustalany z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych i opracowania raportu: 8 tygodni,
- początek realizacji: 01.09.2011
- koniec realizacji: 31.10.2011 (przekazanie raportu cząstkowego)

b) <u>bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe – studenci</u>
- badana grupa: studenci różnych kierunków
- próba: minimum 140 wywiadów indywidualnych
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – , minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę
- czas trwania wywiadu: ok. 25 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana z Zamawiającym przed realizacją badania
- okres zbierania danych i przygotowania raportu: 8 tygodni
- początek realizacji: 01.09.2011
- koniec realizacji: 31.10.2011 (przekazanie raportu cząstkowego)

### 3.3.2.3 Etap 3.

a) zogniskowane wywiady grupowe (FGI):
- badana grupa: studenci różnych kierunków próba: minimum 4 FGI w każdym minimum 10 osób,
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – , minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: scenariusz wywiadu grupowego akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania: każda grupa ok. 2,5 h, scenariusz wywiadu grupowego ustalany z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych i przygotowania raportu: 8 tygodni
- początek realizacji: 01.05.2012,
- koniec realizacji: 30.06.2012 (przekazanie raportu cząstkowego).

b) bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe – pracownicy uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R
- badana grupa: pracownicy uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R
- próba: minimum 120 wywiadów indywidualnych
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – , minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania, uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę
- czas trwania wywiadu: ok. 25 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana z Zamawiającym przed realizacją badania

- okres zbierania danych i opracowania raportu: 8 tygodni
- początek realizacji: 01.05.2012,
- koniec realizacji: 30.06.2012 (przekazanie raportu cząstkowego).

Uwagi dodatkowe do punktu 3.2.
Konsultacje związane z opracowaniem i przeprowadzeniem bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych trakcie BTL.

Raporty dotyczące poszczególnych badań procesów komunikacji, powinny zawierać również wnioski dotyczące zmian w badanych obszarach w okresie realizacji projektu. W raportach należy zawrzeć sugestie dotyczące optymalizacji działań realizowanych w projekcie.

### *3.3 Badanie stopnia osiągnięcia celów i rezultatów*

### 3.3.1 Etap I - badanie efektywności działań komunikacyjnych po ich zakończeniu

#### 3.3.1.1 Cele zawarte w projekcie, które będą uwzględnione w raporcie:

a) analiza efektywności komunikacji, w tym m.in.
   - określenie jaki % populacji celowej zetknął się z komunikacją
   - określenie jak przedstawiciele grupy docelowej oceniają komunikację
   - określenie jak komunikacja wpłynęła na zmianę postaw w tym wśród tych, którzy zetknęli się z programem działań w projekcie,
   - określenie jak komunikacja wpłynęła na uczestnictwo w programie
   - zebranie danych pozwalających dokonać modyfikacji w komunikacji

b) ocena działań prowadzonych w ramach programu, z którymi zetknęli się badani.

Efekty uzyskane w projekcie, które będą wynikały z raportu podsumowującego przeprowadzone badania:
- udoskonalenie metod doboru mediów i procesów komunikacji

#### 3.3.1.2 Metoda badania, próba, harmonogram, koszty:

a) <u>Badanie ilościowe metodą bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych – studenci</u>

   - badana grupa: studenci próba: minimum 200 wywiadów,

- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania, uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania wywiadu: ok. 25 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych: 14 tygodni ,
- początek realizacji: 01.06.2012,
- koniec realizacji: 15.09.2012 (przekazanie raportu cząstkowego)

3.3.2 **Etap II - pomiar ewaluacyjny na zakończenie** - przeprowadzenie badań dotyczących świadomości wykorzystania osiągnięć nauk technicznych w gospodarce i wpływu programu na kształtowanie tych postaw.

3.3.2.1 **Cele:**

a) pomiar świadomości użyteczności i wykorzystania nauk technicznych i matematyczno-przyrodniczych w gospodarce i w życiu codziennym,
b) ocena efektywności komunikacji prowadzonej na rzecz programu:
   - określenie jaki % populacji celowej zetknął się z komunikacją,
   - określenie jak przedstawiciele grupy docelowej oceniają komunikację,
   - określenie jak komunikacja wpłynęła na zmianę postaw i uczestnictwo w programie,
   - zebranie danych pozwalających dokonać modyfikacji w komunikacji podobnych programów w przyszłości,
c) określenie stopnia dotarcia programu do grupy docelowej,
d) ocena całego programu przez przedstawicieli grupy docelowej:
   - ocena atrakcyjności programu,
   - ocena efektywności edukacyjnej (świadomości),
e) analiza efektywności całego programu pod kątem skuteczności realizacji celów RSI,
f) zebranie danych pozwalających przygotować kolejne działania kierowane do objętej programem grupy docelowej.

### 3.3.2.2. Metoda badania, próba, harmonogram koszty:

a) zogniskowane wywiady grupowe (FGI):
- badana grupa: studenci,
- próba: minimum 16 FGI w każdym minimum 10 osób,
- badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: scenariusz wywiadu grupowego akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania: grupy ok. 2,5 h, scenariusz wywiadu grupowego ustalany z Zamawiającym przed realizacją badania,
- okres zbierania danych: 14 tygodni,
- początek realizacji: 01.06.2012,
- koniec realizacji: 30.09.2012 (przekazanie raportu cząstkowego).

b) bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe – studenci
- badana grupa: studenci- minimum 140 wywiadów indywidualnych,
- badanie prowadzone w minimum 4 ośrodkach akademickich, do wyboru są: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę,
- czas trwania wywiadu: ok. 30 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana każdorazowo przed realizacją badania z Zamawiającym,
- okres zbierania danych: 14 tygodni,
- początek realizacji: 01.06.2012,
- koniec realizacji: 30.09.2012 (przekazanie raportu cząstkowego).

c) bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe - pracownicy uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R:
- badana grupa: pracownicy uczelni oraz jednostek naukowych i podmiotów współpracujących z B+R,

- próba: minimum 120 wywiadów indywidualnych,
  badanie prowadzone w wybranych ośrodkach akademickich – (liczba i miejsce ośrodków akademickich uzasadnione metodologicznie – minimum 4 z wymienionych miejscowości z uzasadnieniem. Ze względu na specyfikę projektu wybór miejscowości, w których realizowane będą badania, uzależniony będzie od bieżącej realizacji działań promocyjnych) do wyboru przez Zamawiającego: Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno,
- narzędzie: kwestionariusz wywiadu akceptowany przez Zleceniodawcę
- czas trwania wywiadu: ok. 30 minut, liczba i treść pytań otwartych i zamkniętych kwestionariusza wywiadu ustalana każdorazowo przed realizacją badania z Zamawiającym,
- okres zbierania danych: 14 tygodni,
- początek realizacji: 01.06.2012,
- koniec realizacji: 15.09.2012 (przekazanie raportu cząstkowego).

### 3.3.3 Etap III - raport końcowy.

Raport końcowy dotyczący poszczególnych badań skuteczności działań komunikacyjnych, powinien zawierać również wnioski dotyczące zmian w badanych obszarach w okresie realizacji projektu należy zawrzeć w nim sugestie dotyczące optymalizacji działań realizowanych w projekcie. Raport końcowy należy dostarczyć do dnia 30.09.2012.

**Załącznik nr 2 do SIWZ**

.....
*Pieczęć firmowa*

# FORMULARZ OFERTOWY

Nawiązując do ogłoszenia o przetargu nieograniczonym, na przeprowadzenie badania skuteczności działań w zakresie promocji nauki w projekcie Partnerski związek nauki i postępu, zgodnie z wymaganiami SIWZ, oświadczamy, że oferujemy wykonanie przedmiotu zamówienia:

za cenę netto ..... zł
słownie .....

za cenę brutto ..... zł
słownie .....

Zamówienie zrealizujemy w terminie do dnia.....

1. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się ze specyfikacją istotnych warunków zamówienia i przyjmujemy warunki w niej zawarte.

2. W przypadku przyznania nam zamówienia, zobowiązujemy się do zawarcia umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.

3. Oświadczmy, że dysponujemy salami zgodnymi z opisem zamieszczonym w załączniku nr 1 do SIWZ, położonymi w wybranych ośrodkach akademickich, pozwalających na realizację badań będących przedmiotem zamówienia.

4. Niniejszym informujemy, iż informacje składające się na ofertę, zawarte na stronach od nr ..... do nr .... stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i jako takie nie mogą być udostępnianie innym uczestnikom postępowania.

**5. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych.**

6. Akceptujemy:
   - istotne dla Zamawiającego postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści umowy (zgodnie z załączonym do SIWZ wzorem umowy)
   - wskazany w specyfikacji istotnych warunków zamówienia termin związania ofertą,
   - termin płatności za faktury, nastąpi w terminie do 30 dni kalendarzowych od dnia dostarczenia do Zamawiającego prawidłowo wystawionych przez Wykonawcę faktur VAT, których podstawą wystawienia jest podpisanie przez Zamawiającego bez zastrzeżeń

protokołów częściowych i protokołu końcowego sporządzonych na podstawie raportów cząstkowych i raportu końcowego szczegółowo opisanych w SOPZ (rozdz. 3 SOPZ – struktura części badawczej projektu PZNiP) do siedziby Zamawiającego (Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu, Departament Edukacji i Nauki, ul. Piekary 17, 61-823 Poznań).

**W przypadku powierzenia części zamówienia podwykonawcom – Wykonawca wypełnia poniższe zestawienie:**

| Lp. | Część zamówienia powierzona do realizacji podwykonawcom |
|---|---|
| | |
| | |
| itd. | |

Dane Oferenta:
Adres: .....
Kod: .....
Tel./faks: .....
REGON: .....
INTERNET http://.....
e-mail: .....
.....,

dn. .....

.....
*(podpisy osoby/ osób wskazanych w dokumencie, uprawnionej/ uprawnionych do występowania w obrocie prawnym reprezentowania Wykonawcy i składania oświadczeń woli w jego imieniu)*

Załącznik nr 3 do SIWZ

.....
(pieczęć adresowa firmy Wykonawcy)

OŚWIADCZENIE
**o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu**

złożone na podstawie art. 22 ust. 1ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst ujednolicony Dz.U. z 2010 r., Nr 113, poz. 759).

*Przystępując do postępowania w sprawie udzielenia zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego pn* „przeprowadzenie badania skuteczności działań w zakresie promocji nauki w projekcie Partnerski związek nauki i postępu"

**Ja (imię i nazwisko),**

.....

**zamieszkały** .....

**reprezentując firmę (nazwa firmy)** .....

**jako – upoważniony na piśmie lub wpisany w rejestrze** .....
**w imieniu reprezentowanej przeze mnie firmy oświadczam, że spełniamy warunki dotyczące:**
1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania;
2) posiadania wiedzy i doświadczenia;
3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia;
4) sytuacji ekonomicznej i finansowej.

.....
*miejscowość, data*

.....
*(imię i nazwisko)*
*podpis uprawnionego przedstawiciela Wykonawcy*

Załącznik nr 4 do SIWZ

.....
(pieczęć adresowa firmy Wykonawcy)

OŚWIADCZENIE OSÓB PRAWNYCH* lub
OSÓB FIZYCZNYCH * (w tym będących przedsiębiorcami)

**o braku podstaw do wykluczenia Wykonawcy**

*Przystępując do postępowania w sprawie udzielenia zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego pn* „przeprowadzenie badania skuteczności działań w zakresie promocji nauki w projekcie Partnerski związek nauki i postępu"

**Ja (imię i nazwisko), .....**

**zamieszkały .....**

**reprezentując firmę (nazwa firmy) .....**

- **jako wpisany w Krajowym Rejestrze Sądowym (dotyczy osób prawnych) nr ..... z dnia ..... ***
- **wpisany w rejestrze Ewidencji Działalności Gospodarczej (dotyczy osób fizycznych w tym będących przedsiębiorcami ) nr ..... z dnia ..... ***
- **upoważniony na piśmie pełnomocnictwem z dnia ..... ***

**w imieniu reprezentowanej przeze mnie firmy oświadczam, że nie podlegamy wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy** z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst ujednolicony Dz.U. z 2010 r., Nr 113, poz. 759).

.....
*miejscowość, data*

.....
*(imię i nazwisko)*
*podpis uprawnionego przedstawiciela Wykonawcy*

** - niepotrzebne skreślić*

*Załącznik 5 do SIWZ*

.....
Pieczęć Wykonawcy

**WYKAZ BADAŃ, KTÓRYCH CELEM BYŁA SEGMENTACJA I WYBÓR GRUP DOCELOWYCH WYMIENIONYCH W SIWZ W ROZDZIALE VI, USTĘP 1, PUNKT 1.2.a, W OKRESIE OSTATNICH TRZECH LAT PRZED TERMINEM SKŁADANIA OFERT (MINIMUM 2 PROJEKTY BADAWCZE, KAŻDY O WARTOŚCI CO NAJMNIEJ 100 000,00 ZŁ)**

| Lp. | Nazwa badania | Ilość badań metodą zogniskowanych wywiadów grupowych (nie mniej niż 4 FGI każde) | Wielkość próby badań przeprowadzonych metodą bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych (na próbach nie mniejszych niż 350 respondentów każde) | Wartość brutto usługi* | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | | |
| 2. | | | | | | |

** należy podać wartość w złotych (PLN). Wartość w walutach obcych będzie przeliczana na PLN wg średniego kursu NBP na dzień ogłoszenia zamówienia.*

Do każdego zrealizowanego badania należy dołączyć dokument potwierdzający jego należyte wykonanie.

.....
/miejscowość, data /

.....
/ pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy /

# WYKAZ BADAŃ, KTÓRYCH CELEM BYŁA OPTYMALIZACJA NARZĘDZI KOMUNIKACJI tj.: PRZEKAZU TELEWIZYJNEGO, PRZEKAZU RADIOWEGO LUB PRZEKAZU INTERNETOWEGO DLA PRÓBY W PRZYNAJMNIEJ 4 MIASTACH WYMIENIONYCH W SIWZ W ROZDZIALE VI, USTĘP 1, PUNKT 1.2.b, W OKRESIE OSTATNICH TRZECH LAT PRZED TERMINEM SKŁADANIA OFERT (MINIMUM 2 PROJEKTY BADAWCZE)

| Lp. | Nazwa badania | Ilość przeprowadzonych badań jakościowych metodą zogniskowanych wywiadów grupowych (minimum 6 zogniskowanych wywiadów grupowych FGI) | Wykaz miast w których przeprowadzono badanie | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | |
| 2. | | | | | |

Do każdego zrealizowanego badania należy dołączyć dokument potwierdzający jego należyte wykonanie.

.....
/miejscowość, data /

.....
/ pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy /

# WYKAZ BADAŃ, KTÓRYCH CELEM BYŁA OPTYMALIZACJA NARZĘDZI KOMUNIKACJI tj.: PRZEKAZU TELEWIZYJNEGO, PRZEKAZU RADIOWEGO LUB PRZEKAZU INTERNETOWEGO DLA PRÓBY W PRZYNAJMNIEJ 4 MIASTACH WYMIENIONYCH W SIWZ W ROZDZIALE VI, USTĘP 1, PUNKT 1.2.c, W OKRESIE OSTATNICH TRZECH LAT PRZED TERMINEM SKŁADANIA OFERT (MINIMUM 2 PROJEKTY BADAWCZE)

| Lp. | Nazwa badania | Wielkość próby przeprowadzonych badań ilościowych (nie mniej niż 400 respondentów każde) | Wykaz miast w których przeprowadzono badanie | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | |
| 2. | | | | | |

Do każdego zrealizowanego badania należy dołączyć dokument potwierdzający jego należyte wykonanie.

.....
/miejscowość, data /

.....
/ pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy /

# WYKAZ BADAŃ Z ZAKRESU BADAŃ, SŁUŻĄCYCH OPTYMALIZACJI WYROBÓW I USŁUG, MAJĄCYCH NA CELU DOSKONALENIE FORM I TREŚCI PRZEKAZU INFORMACYJNEGO DLA PRÓBY W CO NAJMNIEJ 4 MIASTACH WYMIENIONYCH W SIWZ W ROZDZIALE VI, USTĘP 1, PUNKT 1.2.d, W OKRESIE OSTATNICH TRZECH LAT PRZED TERMINEM SKŁADANIA OFERT (MINIMUM 2 PROJEKTY BADAWCZE)

| Lp. | Nazwa badania | Wielkość próby przeprowadzonych badań (nie mniej niż 200 respondentów każde w przypadku badań ilościowych lub 4 FGI (Focus group interview) każde w przypadku badań jakościowych) | Wykaz miast w których przeprowadzono badanie | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | |
| 2. | | | | | |

Do każdego zrealizowanego badania należy dołączyć dokument potwierdzający jego należyte wykonanie.

.....
/miejscowość, data /

.....
/ pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy /

# WYKAZ BADAŃ W ZAKRESIE EWALUACJI EFEKTÓW DZIAŁAŃ DLA PRÓBY W CO NAJMNIEJ 4 MIASTACH WYMIENIONYCH W SIWZ W ROZDZIALE VI, USTĘP 1, PUNKT 1.2.c, W OKRESIE OSTATNICH TRZECH LAT PRZED TERMINEM SKŁADANIA OFERT (MINIMUM 2 PROJEKTY BADAWCZE)

| Lp. | Nazwa badania | Wielkość próby przeprowadzonych badań (nie mniej niż 200 respondentów każde w przypadku badań ilościowych lub 4 FGI (Focus group interview) każde w przypadku badań jakościowych) | Wykaz miast w których przeprowadzono badanie | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | |
| 2. | | | | | |

Do każdego zrealizowanego badania należy dołączyć dokument potwierdzający jego należyte wykonanie.

.....
/miejscowość, data /

.....
/ pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy /

*Załącznik 6 do SIWZ*

.....
Pieczęć Wykonawcy

# WYKAZ KADRY KIEROWNICZEJ

**Kierownik projektu** (co najmniej 5-letnie doświadczenie w kierowaniu projektami badawczymi, nie mniej niż 10 projektami badawczymi dla każdego rodzaju badań)

**Imię i nazwisko**

| Tytuł projektu badawczego | Funkcja | Zakres przedmiotowy projektu (nakierowanymi na stworzenie segmentacji i wybór grup docelowych, optymalizację przekazu i narzędzi komunikacji, badanie efektów komunikacji działań promocyjnych z wykorzystaniem badań jakościowych metodą zogniskowanych wywiadów grupowych oraz wywiadów kwestionariuszowych. Każde wykazanie badanie powinno obejmować minimum 4 miasta wojewódzkie będące ośrodkami akademickimi*) | Wykaz miast w których przeprowadzono badanie | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |

* tj. Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno

.....
(miejsce, data)

.....
(pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy)

**Zastępca Kierownika Projektu** (co najmniej 3-letnie doświadczenie w kierowaniu projektami badawczymi, nie mniej niż 5 projektami z wykorzystaniem badań jakościowych)

**Imię i nazwisko**

| Tytuł projektu badawczego | Funkcja | **Zakres przedmiotowy projektu** (badania jakościowe metodą zogniskowanych wywiadów grupowych oraz wywiadów kwestionariuszowych. Każde wykazanie badanie powinno obejmować minimum 4 miasta wojewódzkie będące ośrodkami akademickimi*) | Wykaz miast w których przeprowadzono badanie | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |

* tj. Poznań, Warszawa, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Kraków, Łódź, Wrocław, Zielona Góra, Białystok, Szczecin, Opole, Kielce, Katowice, Gorzów Wlkp., Gdańsk, Bydgoszcz, Piła, Konin, Kalisz, Leszno, Gniezno

.....
(miejsce, data)

.....
(pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy)

*Załącznik 7 do SIWZ*

.....
Pieczęć Wykonawcy

**WYKAZ OSÓB PRZEWIDZIANYCH DO REALIZACJI ZAMÓWIENIA */**
**PISEMNE ZOBOWIĄZANIE INNYCH PODMIOTÓW DO UDOSTĘPNIENIA OSÓB ZDOLNYCH DO REALIZACJI ZAMÓWIENIA***

(minimum 2 osoby, w tym 1 osoba z co najmniej 5-letnim doświadczeniem w prowadzaniu projektów jakościowych i moderowaniu zogniskowanych wywiadów grupowych)

**Badacz jakościowy**

**Imię i nazwisko**

| L.p. | Tytuł projektu badawczego | Funkcja | Zakres przedmiotowy badania | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |

*niepotrzebne skreślić

.....
(miejsce, data)

.....
(pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy)

**Badacz ilościowy (minimum 2 osoby, w tym 1 osoba z co najmniej 5-letnim doświadczeniem w prowadzaniu projektów ilościowych następujących typów: segmentacyjnych badań na rzecz tworzenia komunikacji, oraz badań oceniających efekty działań w zakresie przekazu informacyjnego, ocenę przydatności i skuteczności podejmowanych działań)**

**Imię i nazwisko**

| L.p. | Tytuł projektu badawczego | Funkcja | Zakres przedmiotowy badania | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |

.....
(miejsce, data)

.....
(pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy)

**Analityk/statystyk** (minimum 2 osoby, w tym 1 osoba z co najmniej 5-letniem doświadczeniem w wykonywaniu analiz segmentacyjnych, analiz dotyczących efektywności komunikacji, optymalizacji produktów/usług)

**Imię i nazwisko**

| L.p. | Tytuł projektu badawczego | Funkcja | Zakres przedmiotowy badania | Okres realizacji usługi | Odbiorca usługi |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |

.....
(miejsce, data)

.....
(pieczęcie imienne i podpisy osób upoważnionych do reprezentowania firmy)

*Załącznik nr 8 do SIWZ*

# UMOWA
# NA PRZEPROWADZENIE BADANIA SKUTECZNOŚCI DZIAŁAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI NAUKI W PROJEKCIE PARTNERSKI ZWIĄZEK NAUKI I POSTĘPU.

*umowa numer* .....

Zawarta w Poznaniu, dnia ....., pomiędzy:
Województwem Wielkopolskim z siedzibą Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu, al. Niepodległości 18, 61-713 Poznań, zwanym dalej **Zamawiającym**, reprezentowanym przez Zastępcę Dyrektora Departamentu Edukacji i Nauki Joannę Ganowicz ,
a
**Firmą** .....wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w ....., pod numerem ....., o numerze NIP:..... , kapitale zakładowym w wysokości ....., zwaną dalej **Wykonawcą**, reprezentowaną przez .....

## § 1

Użyte w niniejszej umowie, począwszy od paragrafu 2 niniejszej umowy, pojęcia oznaczają:

1. Zamawiający - Województwo Wielkopolskie z siedzibą Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu, al. Niepodległości 18, 61-713 Poznań,
2. Wykonawca – Podmiot wyłoniony w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego nr **DE.II.1-3324-1/10** przeprowadzonym przez Zamawiającego w trybie przetargu nieograniczonego,
3. Oferta Wykonawcy – oferta jaką Wykonawca przedstawił zamawiającemu i na podstawie której Wykonawca został wybrany do realizacji Umowy,
4. Adres Korespondencyjny Zamawiającego – adres Departamentu Edukacji i Nauki Zamawiającego, to jest ....., tel....., fax....., e –mail .....
5. Adres Korespondencyjny Wykonawcy: ....., tel....., fax....., e –mail .....
6. Strony Umowy – Zamawiający i Wykonawca występujący razem,
7. SIWZ – Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia nr **DE.II.1-3324-1/10**
8. SOPZ – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia, stanowiący załącznik nr 1 do SIWZ
9. Umowa – niniejsza umowa,

10. Wynagrodzenie – łączne wynagrodzenie za prawidłowe wykonanie przedmiotu umowy, to jest całego zadania,
11. dzień - ilekroć w Umowie jest mowa o dniach należy przez to rozumieć dni robocze, to jest wszystkie dni tygodnia z wyłączeniem niedziel, oraz dni ustawowo wolnych od pracy (sobota jest dniem roboczym),
12. Zadanie – przedmiot zamówienia wynikający z SIWZ, SOPZ, Oferty Wykonawcy.
13. Części zadania – poszczególne wyodrębnione funkcjonalnie elementy zadania, wykonanie, których przez Wykonawcę wymaga akceptacji lub odbioru przez Zamawiającego.
14. Rezultaty umowy – wszelkie dokumenty wytworzone przez Wykonawcę i przekazane Zamawiającemu, a związane z realizacją umowy.

§ 2

1. Zamawiający oświadcza, że Wykonawca wyłoniony został w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego nr **DE.II.1-3324-1/10** prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (j.t. Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.).
2. Zamawiający oświadcza, że niniejsza umowa, zwana dalej Umową, finansowana jest w całości z środków projektu systemowego POKL „Partnerski Związek nauki i Postępu".
3. Wykonawca oświadcza, że dysponuje odpowiednią wiedzą i doświadczeniem koniecznym do prawidłowej realizacji umowy, a nadto, że dysponuje odpowiednim zapleczem organizacyjnym, technicznym, intelektualnym i finansowym zapewniającym prawidłową realizację umowy.
4. Wykonawca oświadcza, że spełnia wymagania stawiane wykonawcy w postępowaniu o jakim mowa w ust.1 niniejszego paragrafu.

§ 3

1. Przedmiotem zamówienia jest Przeprowadzenie Badania Skuteczności Działań w zakresie Promocji Nauki W Projekcie Partnerski Związek Nauki i Postępu.
2. Zadanie o jakim mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu obejmuje trzy odrębne badania, to jest:

**Zadanie 1:** badania początkowe - badanie określające poziom wiedzy grupy docelowej projektu w zakresie wykorzystania osiągnięć nauki w praktyce gospodarczej, badanie tematów proponowanych w ramach realizowanego projektu, ocena proponowanych form i treści materiałów informacyjnych w ramach realizowanego projektu (przygotowanie kwestionariuszy, dobór grupy reprezentatywnej i docelowej, opracowanie wniosków w postaci raportu).

**Zadanie 2:** badania przekazu - badanie skuteczności procesów komunikacji w fazie projektowania, oraz po emisji programów telewizyjnych i radiowych, przekazu

internetowego – wortal i czasopismo oraz realizacji kampanii BTL, badanie możliwości zwiększenia skuteczności i efektywności przekazu informacyjnego w projekcie
**Zadanie 3:** badania efektów - badanie stopnia realizacji celów w projekcie, badanie stopnia dotarcia do grupy docelowej, określenie stopnia zmiany postaw, badanie modelu upowszechniania osiągnięć z zakresu nauki i postępu.

§ 4

Zamawiający zleca, a Wykonawca przyjmuje do wykonania zadanie, na warunkach określonych w umowie, SIWZ, SOPZ oraz ofercie wykonawcy. Wszystkie te dokumenty łącznie określają przedmiot zamówienia.

§ 5

1. Wykonawca zrealizuje zadanie zgodnie z terminami wynikającymi z harmonogramu wskazanego w SOPZ, przedstawiając Zamawiającemu raporty cząstkowe i raport końcowy zgodnie z niżej wyznaczonymi terminami:

| Zadanie | Wartość zadań w podziale na etapy | Terminy odbiorów raportów cząstkowych i końcowego |
|---|---|---|
| Zadanie 1<br>Badanie początkowe dla ustalenia bazowego poziomu wskaźników dla celu głównego, szczegółowych oraz rezultatów | Do 35 % wartości usługi | do 31.05.2011 r. |
| Zadanie 2<br>Badanie procesów komunikacji (w obszarze Internet, TV, radio, czasopismo, BTL) | Etap 1 – do 9% wartości usługi<br>Etap 2 – do 18 % wartości usługi<br>Etap 3 – do 8 % wartości usługi<br>wypłacane w trzech transzach:<br>1) za etap 1<br>2) za etap 2<br>3) za etap 3 | Etap 1: do 28.02.2011 r.<br>Etap 2: do 31.10.2011 r.<br>Etap 3: do 30.06.2012 r. |
| Zadanie 3<br>Badanie stopnia osiągnięcia celów i rezultatów | Kwotę wartości usługi pozostałą po wykonaniu zadania 1 i 2, wypłacaną w jednej transzy po zatwierdzeniu raportu końcowego. | Etap 1: do 15.09.2012 r.<br>Etap 2: do 15.09.2012 r.<br>Etap 3: do 30.09.2012 r. - raport końcowy |

2. Ilekroć w harmonogramie do realizacji danej części zadania wskazany jest termin maksymalny, Wykonawca może zrealizować tę część zadania wcześniej i przedstawić ją do odbioru przez Zamawiającego, o ile nie wpływa to na obniżenie jakości i wartości tej jak i kolejnych części zadania.
3. Przedmiot umowy zrealizowany zostanie w terminie do dnia 30.09.2012 r.

§ 6

1. Wszelkie działania, z wyłączeniem czynności powodujących zmianę lub ustanie stosunku zobowiązaniowego między stronami, których podjęcie jest wymagane lub dopuszczalne, jak również wszelkie dokumenty, których sporządzenie jest wymagane lub dopuszczalne na mocy umowy przez Zamawiającego lub Wykonawcę, mogą być podejmowane lub sporządzane przez przedstawicieli stron umowy, którzy pełnią funkcję koordynatorów Zamawiającego i Wykonawcy. Koordynatorem realizacji Umowy ze strony Zamawiającego jest

   _____

   Koordynatorem realizacji umowy ze strony Wykonawcy jest

   _____

2. Zmiana osób, o których mowa w ust.1, następuje poprzez pisemne powiadomienie drugiej strony i nie stanowi zmiany treści umowy.

§ 7

1. Wykonawca zawiadomi Zamawiającego o gotowości do odbioru raportów cząstkowych i raportu końcowego, co najmniej na 3 ( trzy ) dni przed terminem odbiorów, o jakich mowa w § 5 , ust. 1 niniejszej umowy.
2. Odbiór raportów cząstkowych i raportu końcowego, nastąpi na podstawie protokołu odbioru podpisanego przez Wykonawcę i Komisję Odbioru składającą się z przedstawicieli Zamawiającego.
3. Protokół Odbioru o jakim mowa w ust. 2 powinien zawierać w szczególności:
   a. dzień i miejsce odbioru raportów cząstkowych i raportu końcowego,
   b. informację o braku albo o istnieniu wad w wykonaniu Zadania,
   c. w przypadku stwierdzenia wad – zobowiązanie Wykonawcy do usunięcia wad w terminie określonym przez komisję odbioru zadania w ramach Wynagrodzenia. Stwierdzenie przez komisję odbioru zadania usunięcia przez Wykonawcę wad, będzie stanowić podstawę do sporządzenia protokołu obioru zadania bez zastrzeżeń.

§ 8

1. Wykonawca obowiązany jest uzyskać zgodę (akceptację) Zamawiającego na wszystkie realizowane badania o których mowa w SOPZ, które Wykonawca w formie pisemnej przedstawia do zatwierdzenia Zamawiającemu na każdym etapie badań, przed przystąpieniem do ich realizacji.

2. Zamawiający wyraża zgodę (akceptację) w terminie 2 dni roboczych od otrzymania od Wykonawcy odpowiedniej informacji w formie pisemnej lub elektronicznej.
3. Zgoda (akceptacja) Zamawiającego może być wyrażona w formie pisemnej lub elektronicznej.
4. W przypadku odmowy przez Zamawiającego zgody (akceptacji) na daną część Zadania, Zamawiający wyznaczy Wykonawcy nowy termin (nie dłuższy niż 4 dni) celem wprowadzenia poprawek.

§ 9

W trakcie realizacji umowy, Zamawiający jest zobowiązany do:

a) współdziałania z Wykonawcą w zakresie koniecznym do prawidłowej realizacji umowy,
b) dotrzymywania obustronnie ustalonych terminów,
c) udzielenia Wykonawcy wszelkich informacji, materiałów i dokumentacji znajdujących się w jego posiadaniu, które będą niezbędne do prawidłowego i terminowego wykonania przedmiotu zamówienia, o ile nie są objęte prawnie chronioną tajemnicą,
d) terminowej zapłaty wynagrodzenia.

§ 10

W trakcie realizacji umowy, Wykonawca jest zobowiązany do :

a) współdziałania z Zamawiającym w zakresie koniecznym do prawidłowej realizacji umowy,
b) dotrzymywania obustronnie ustalonych terminów,
c) udzielenia Zamawiającemu wszelkich informacji, materiałów i dokumentacji znajdujących się w jego posiadaniu, które będą niezbędne do prawidłowego i terminowego wykonania przedmiotu zamówienia, o ile nie są objęte prawnie chronioną tajemnicą.

§ 11

W przypadku zgłoszenia przez Zamawiającego jakichkolwiek uwag do dokumentów lub innych czynności dokonywanych przez Wykonawcę w związku z realizacją umowy, Wykonawca obowiązany jest je uwzględnić i postąpić w sposób wskazany przez Zamawiającego. Zamawiający zgłaszając swoje uwagi wyznaczy Wykonawcy termin do ich realizacji. Termin ten wynosić będzie co najmniej 4 dni.

§ 12

1. Wykonawca nie może, bez uprzedniej zgody Zamawiającego, przenieść na osobę trzecią praw i obowiązków wynikających z umowy, w całości lub części.
2. Wykonawcy występujący wspólnie ponoszą solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy.

§ 13

1. Wykonawca odpowiada wobec Zamawiającego za wady fizyczne i prawne przedmiotu zamówienia, a w szczególności rezultatów umowy, co dotyczy m.in. sytuacji, gdy:
   a) występują wady zmniejszające jego wartość lub użyteczność ze względu na cel, jakiemu ma służyć, nie ma właściwości, o których Wykonawca zapewniał, nie zawiera kompletnych informacji, zawiera informacje nieaktualne lub niezgodne z rzeczywistym stanem, lub
   b) narusza uzasadnione prawa osób trzecich, w tym prawa własności, prawa autorskie lub prawa pokrewne, lub też jest obciążony prawami osób trzecich,
2. Zamawiający, który otrzymał wadliwy przedmiot zamówienia, wykonując uprawnienia z tytułu rękojmi względem Wykonawcy, może żądać bezpłatnego usunięcia wad w terminie uzgodnionym z Zamawiającym, a po bezskutecznym upływie wyznaczonego terminu może odmówić przyjęcia raportu i zlecić usunięcie wad przez osobę trzecią na koszt i ryzyko Wykonawcy. Wykonawca nie może odmówić usunięcia wady, choćby wymagało to poniesienia dodatkowych nakładów finansowych przez Wykonawcę.
3. Gdy wady usunąć się nie dadzą albo gdy z okoliczności wynika, że Wykonawca nie zdoła ich usunąć w czasie odpowiednim, Zamawiający może wedle swojego wyboru od umowy odstąpić lub żądać obniżenia Wynagrodzenia w odpowiednim stosunku. To samo dotyczy wypadku, gdy Wykonawca nie usunął wady w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie.
4. Wykonawca może uwolnić się od odpowiedzialności z tytułu rękojmi za wady, jeżeli wykaże, że wada powstała wskutek wykonywania prac według wskazówek Zamawiającego, które Wykonawca zakwestionował podając pełne uzasadnienie i uprzedził pisemnie Zamawiającego o przewidzianych skutkach ich zastosowania.
5. Zamawiający zawiadomi pisemnie Wykonawcę o wadach przedmiotu zamówienia niezwłocznie po ich wykryciu. Dokonanie odbioru przedmiotu zamówienia nie zwalniają Wykonawcy z odpowiedzialności z tytułu rękojmi, choćby w chwili ich wydania lub odbioru Zamawiający wiedział lub z łatwością mógł się dowiedzieć o wadzie. Zamawiający nie ma obowiązku zbadania przedmiotu zamówienia i strony wyłączają stosowanie art. 563 § 1 i 2 K.c.

§ 14

1. Za prawidłowe wykonanie zadania Strony umowy ustalają Wynagrodzenie umowne w wysokości .....zł brutto (słownie .....00/100)
2. Zapłata za wykonanie zadania zrealizowana zostanie na podstawie faktur wystawionych w oparciu o przyjęte bez zastrzeżeń przez Zamawiającego protokoły częściowe i protokoły końcowe, sporządzone na podstawie raportów cząstkowych i raportu końcowego szczegółowo opisanych w SOPZ stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszej umowy (rozdz. 3 SOPZ – struktura części badawczej projektu PZNiP).

3. Wynagrodzenie, zaspokaja wszelkie roszczenia Wykonawcy wobec Zamawiającego z tytułu wykonania Umowy, w tym roszczenia z tytułu przeniesienia przez Wykonawcę na Zamawiającego majątkowych praw autorskich do wszystkich mogących stanowić przedmiot prawa autorskiego wyników prac powstałych w związku z wykonaniem Umowy, w tym zwłaszcza Rezultatów Umowy oraz z tytułu przeniesienia na Zamawiającego własności dokumentacji na jakiej zostało utrwalone Zadanie.
4. Zapłata Wynagrodzenia dokonana zostanie przelewem bankowym na rachunek bankowy Wykonawcy, to jest .....
5. Zapłata Wynagrodzenia, nastąpi w terminie do 30 dni kalendarzowych od dnia dostarczenia do Zamawiającego prawidłowo wystawionych przez Wykonawcę faktur VAT, których podstawą wystawienia jest podpisanie przez Zamawiającego bez zastrzeżeń protokołów częściowych i protokołu końcowego sporządzonych na podstawie raportów cząstkowych i raportu końcowego szczegółowo opisanych w SOPZ stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszej umowy (rozdz. 3 SOPZ – struktura części badawczej projektu PZNiP).
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia umowy w przypadku nie przyznania odpowiednich środków z budżetu Unii Europejskiej, które Zamawiający zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia (art. 93, ust, 1a. ustawy pzp).
7. Faktura Wykonawcy zawierać będzie następujące dane Zamawiającego :
   Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego
   Al. Niepodległości 18, 61-713 Poznań, NIP: 778-13-44-777.
8. Adresem dla doręczenia Zamawiającemu faktury o jakich mowa w ust. 7 jest Departament Edukacji i Nauki ul. Piekary 17, 61-823 Poznań.
9. Jako dzień zapłaty Strony ustalają dzień wydania dyspozycji przelewu z rachunku bankowego Zamawiającego.

§ 15

1. W ramach Wynagrodzenie Wykonawca przenosi na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do wszelkich Rezultatów Umowy, przy czym przeniesienie majątkowych praw autorskich następuje z chwilą podpisania przez strony umowy protokołu odbioru zadania i zapłaty Wynagrodzenia, bez ograniczeń co do czasu, terytorium, liczby egzemplarzy, w zakresie następujących pól eksploatacji :
   a) utrwalania, kopiowania, wprowadzania do pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych, sporządzenie egzemplarza który mógłby służyć publikacji działa powstałego w wyniku realizacji przedmiotu zamówienia,
   b) wystawienia lub publiczną prezentację (na ekranie) w tym podczas seminariów i konferencji,
   c) wykorzystanie w materiałach wydawniczych oraz we wszelkiego rodzaju mediach audio – wizualnych i komputerowych,

d) prawo do korzystania z dzieła w całości lub z części oraz jego łączenia z innymi dziełami,
e) digitalizacja,
f) zwielokrotnienie poprzez druk lub nagranie na nośniku magnetycznym lub cyfrowym w postaci elektronicznej,
g) rozpowszechnianie, w tym wprowadzenie do obrotu,
h) nieodpłatne wypożyczanie lub udostępnianie zwielokrotnionych egzemplarzy,
i) wprowadzenie w całości lub w części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika łącznie z utrwalaniem w pamięci RAM.

2. W ramach Wynagrodzenia, Wykonawca przenosi na Zamawiającego prawo zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do Rezultatów Umowy. Wykonawca udziela Zamawiającemu nieodwołalnej zgody na dokonywanie przez Zamawiającego dowolnych zmian w przedmiotach, do których Zamawiający nabył majątkowe prawa autorskie na podstawie Umowy.
3. Z chwilą podpisania protokołu odbioru zadania, Zamawiający nabywa własność wszystkich egzemplarzy, na których rezultaty umowy zostały utrwalone.
4. Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując Przedmiot Zamówienia, że nie naruszy praw majątkowych osób trzecich i przekaże Zamawiającemu Rezultaty Umowy w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich.
5. Wykonawca jest odpowiedzialny względem Zamawiającego za wszelkie wady prawne, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia paw własności intelektualnej.

§ 16

1. Wykonawca zobowiązany jest do zapłacenia Zamawiającemu następujących kar umownych:
   a) w przypadku odstąpienia od wykonania Zadania z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy w wysokości 10 % Wynagrodzenia brutto,
   b) za zwłokę Wykonawcy w wykonaniu przedmiotu umowy – 0,1% wynagrodzenia brutto określonego w § 14 ustęp 1 umowy za każdy dzień zwłoki, liczony od terminu określonego w § 13, ustęp 2 umowy, a jeżeli zwłoka przekroczy 5 dni – w wysokości 0,2% wynagrodzenia brutto określonego w § 14 ustęp 1 umowy za każdy dzień zwłoki.
2. W przypadku, gdy opóźnienie w wykonaniu całości lub części przedmiotu umowy wyniesie co najmniej 10 dni, Zamawiający może odstąpić od umowy, zachowując roszczenie o zapłatę kar umownych należnych mu za okres od dnia powstania opóźnienia do dnia odstąpienia od umowy.
3. Zamawiający może dochodzić na zasadach ogólnych odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonych kar umownych.

4. Zamawiający ma prawo odstąpić od umowy jeżeli raport końcowy o jakim mowa w SOPZ :
   a) nie zostanie przygotowany w terminie podanym w § 5 ust. 1 z powodów zawinionych przez Wykonawcę,
   b) wykonawca w terminie uzgodnionym z Zamawiającym nie poprawił raportu końcowego w sposób wskazany przez Zamawiającego

W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od Umowy z przyczyn o jakich mowa wyżej, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę w wysokości o jakiej mowa w § 17 ust.1 Umowy.

§ 17

1. Zmiana treści Umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieuregulowanych umową mają zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego oraz ustawy Prawo zamówień publicznych.
3. Umowa podlega wyłącznie prawu polskiemu.
4. Strony umowy dołożą wszelkich starań, aby wszelkie spory jakie wynikają z umowy rozwiązywane były w pierwszej kolejności w sposób ugodowy.
5. Spory powstałe w związku z realizacją umowy będą rozpoznawane przez sąd właściwy miejscowo ze względu na siedzibę Zamawiającego.

§ 18

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach: dwóch dla Zamawiającego i jednym dla Wykonawcy.

§ 19

Integralną częścią Umowy są załączniki:
- Załącznik numer 1 – SIWZ wraz z SOPZ
- Załącznik numer 2 – Oferta Wykonawcy

**Zamawiający** **Wykonawca**