



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Regulamin konkursu na „Świadczenie usług w zakresie działań reklamowych dla Centralnej Komisji Egzaminacyjnej”.

Spis treści:

§ 1 Nazwa oraz adres Zamawiającego	2
§ 2 Przedmiot i forma konkursu	2
§ 3 Rola matematyki we współczesnym świecie	2
§ 4 Problemy związane z przywróceniem matematyki jako obowiązkowego przedmiotu na egzaminie maturalnym	3
§ 5 Cel działań reklamowych	3
§ 6 Wytyczne do stworzenia strategii komunikacyjnej	3
§ 7 Harmonogram działań w realizacji zadania związanego ze świadczeniem usługi	4
§ 8 Warunki udziału w postępowaniu	4
§ 8.1 Opis warunków udziału w postępowaniu konkursowym oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków	4
§ 8.2 Wykaz oświadczeń i dokumentów, jakie mają dostarczyć kandydaci na uczestników konkursu w celu uzyskania statusu Uczestnika konkursu	5
§ 9 Informacje o oświadczeniach i dokumentach, jakie mają dostarczyć kandydaci na Uczestnika konkursu /pozostałe dokumenty/	7
§ 10 Opis sposobu obliczenia ceny	7
§ 11 Kryteria oceny prac konkursowych oraz ich znaczenie	7
§ 12 Termin wykonania zamówienia	9
§ 13 Finansowanie działań reklamowych	9
§ 14 Kwota, jaką zamierza przeznaczyć Organizator konkursu na realizację działań reklamowych	9
§ 15 Ramy czasowe konkursu	9
§ 16 Sposób porozumiewania się Organizatora konkursu z uczestnikami	10
§ 17 Skład Sądu konkursowego	10
§ 18 Rodzaj nagród	10
§ 19 Akceptacja warunków regulaminu konkursowego	11

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

§ 1 Nazwa oraz adres Zamawiającego

Centralna Komisja Egzaminacyjna,

Lewartowskiego 6,

00-190 Warszawa

Tel: 531 76 32; 531 75 46

§ 2 Przedmiot i forma konkursu

Celem przeprowadzenia konkursu jest wyłonienie podmiotu, który będzie świadczył na rzecz Organizatora konkursu usługi w zakresie działań reklamowych, obejmujące nabycie, przygotowanie, produkcję lub koprodukcję materiałów programowych przeznaczonych do emisji przez nadawców radiowych i telewizyjnych, w tym zakup czasu antenowego.

Każdy podmiot biorący udział w konkursie może złożyć wyłącznie jedną ofertę. Oznacza to, że w przypadku gdy dany podmiot złoży dwie lub więcej ofert (np. występując samodzielnie i wspólnie z innym podmiotem) nie uzyska statusu Uczestnika Konkursu.

Konkurs ma charakter otwarty i dwuetapowy, co oznacza, że w celu wyłonienia dwóch najlepszych prac wszystkie przedłożone w ramach konkursu prace zostaną poddane ocenie w oparciu o kryteria oceny prac konkursowych przez Sąd Konkursowy powołany przez Organizatora. Uczestnicy konkursu, którzy złożyli dwie najlepsze prace (w ocenie Sądu Konkursowego) zostaną zaproszeni do negocjacji, na podstawie których zostanie ustalony ostateczny zakres zamówienia działań reklamowych. W terminie 3 dni od dnia ostatecznego ustalenia zakresu działań uczestnik konkursu jest zobowiązany do złożenia oferty dodatkowej, zawierającej cenę za realizację przedmiotu zamówienia z wyszczególnieniem cen za realizację jego poszczególnych elementów składowych. Zamówienie zostanie udzielone uczestnikowi konkursu, który uzyska największą liczbę punktów w kryteriach oceny prac konkursowych.

§ 3 Rola matematyki we współczesnym świecie

Matematyka odgrywa kluczową rolę w rozwoju gospodarki opartej na wiedzy, a kompetencje matematyczne stają się podstawą funkcjonowania w nowoczesnym społeczeństwie informacyjnym. Nacisk na wzmacnianie potencjału rozwojowego w tym zakresie znajduje wyraz w dokumentach strategicznych UE oraz przyjętych w Polsce dokumentach strategicznych na lata 2007-2013.

Ministerstwo Edukacji Narodowej podjęło decyzję o przywróceniu matematyki jako obowiązkowego przedmiotu egzaminacyjnego na maturze w roku 2010. Jest to ważna, ale i niezwykle trudna decyzja, wymagająca starannie przemyślanego wsparcia komunikacyjnego. Wynika stąd konieczność przeprowadzenia kampanii informacyjnej, polegającej na nabyciu, przygotowaniu, produkcji lub koprodukcji materiałów programowych przeznaczonych do emisji przez nadawców radiowych i telewizyjnych (w tym zakup czasu antenowego), które zmniejszą społeczne obawy i niechęć do matematyki na maturze i będą wspierały, tak bardzo jak to możliwe, pierwszy rocznik zdających maturę z matematyki.

W I etapie kandydaci na uczestników konkursu powinni udokumentować zrozumienie problemu, wskazując: (a) potrzeby w zakresie wzmocnienia kompetencji matematycznych, wynikające z dokumentów strategicznych UE i polskich; (b) zagrożenia związane z wprowadzeniem matematyki na egzamin maturalny. Przedstawienie takiego dokumentu jest warunkiem uzyskania statusu uczestnika konkursu.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

§ 4 Problemy związane z przywróceniem matematyki jako obowiązkowego przedmiotu na egzaminie maturalnym

Stosunek do matematyki wynika ze złożonego splotu czynników. Wydaje się, że w potocznej świadomości matematyka jest postrzegana jako oddalona od potrzeb życia praktycznego, a kompetencje w dziedzinie nauk ścisłych stoją w opozycji do kompetencji humanistycznych. W efekcie zauważyć można szerokie społeczne przyzwolenie na zaniedbanie edukacji matematycznej, pozycja matematyki oraz jej wizerunek są niejasne, nacechowane ambiwalentnymi emocjami, a problemy z matematyką są powszechnie racjonalizowane i usprawiedliwane.

W I etapie kandydaci na Uczestników konkursu powinni udokumentować swoje zrozumienie społecznej sytuacji matematyki, przedstawiając: (a) listę barier, które w świetle ich wiedzy są źródłem obaw lub niechęci do matematyki; (b) listę czynników, które w świetle ich wiedzy stanowią pozytywne motywacje do nauki matematyki; (c) listę źródeł i opracowań, stanowiących podstawę identyfikacji barier i pozytywnych motywacji. Przedstawienie takiego dokumentu jest warunkiem uzyskania statusu uczestnika konkursu.

§ 5 Cel działań reklamowych

Celem działań reklamowych jest poinformowanie społeczeństwa o wprowadzonych zmianach w systemie egzaminów zewnętrznych, dotyczących egzaminu maturalnego z matematyki w latach 2009 - 2010.

Konieczne jest podjęcie takich działań, które: (a) krótkoterminowo – osłabią niechęć wobec przywrócenia matematyki na egzaminie maturalnym w 2010 roku; oraz (b) długoterminowo – wpłyną na zmianę społecznych postaw wobec matematyki. Działania te, szczególnie długoterminowe, powinny zostać skierowane zarówno do wąskiej grupy odbiorców (licealiści, szczególnie z klas maturalnych), jak i do grupy szerokiej (rodzice, uczniowie klas i szkół niższych szczebli – odchodzenie od matematyki rozpoczyna się bowiem wcześniej, w wielu przypadkach przy akceptacji rodziców, a nawet nauczycieli innych przedmiotów).

Cele szczegółowe działań reklamowych obejmują:

- 1) stworzenie i promocję **narzędzi wspierających maturzystów 2010**, zapewniających im rzetelną i wyczerpującą informację o maturze z matematyki oraz dostęp do materiałów edukacyjnych.
- 2) stworzenie i implementację **strategii informowania o roli matematyki** we współczesnym świecie, co w dłuższej perspektywie czasu przyczyni się do zmiany jej wizerunku („akulturacja” matematyki, przełamanie barier, stereotypów i lęków);

W I etapie kandydaci na Uczestników konkursu powinni przedstawić wstępną koncepcję przeprowadzenia działań reklamowych, ze wskazaniem wstępnej idei kreatywnej, sugerowanych mediów (kanałów informacyjnych), grup docelowych oraz proponowanych etapów działań w latach 2009 - 2010. Przedstawienie takiego dokumentu jest warunkiem uzyskania statusu uczestnika konkursu.

§ 6 Wytyczne do stworzenia strategii komunikacyjnej

Minimum wymagane jako podstawa tworzenia strategii obejmuje:

- analizę dokumentów i danych zastanych:
 - dokumentów programowych i strategicznych MEN,

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- danych pochodzących z badań i opracowań socjologicznych, dotyczących w szczególności postaw wobec matematyki
- analizę danych własnych, zgromadzonych we współpracy z socjologami, w szczególności specjalistami z dziedziny metodologii, statystyki, badań edukacyjnych, podejmujących kluczowe zagadnienia
 - postaw wobec matematyki uczniów i innych ważnych aktorów (rodzice, nauczyciele),
 - barier generujących obawy wobec matematyki,
 - źródeł pozytywnych postaw wobec matematyki
- analizę dostępnych informacji pozwalających stworzyć podstawy do komunikowania roli, wagi i istoty matematyki
 - nowoczesne, atrakcyjne zawody wymagające kompetencji matematycznej („co można robić dzięki matematyce?”)

W I etapie kandydaci na uczestników konkursu w oparciu o własną wiedzę powinni przedstawić koncepcję i metodologię stworzenia podstaw strategii, zapewniające uzyskanie optymalnych wyników działań reklamowych. Przedstawienie takiego dokumentu jest warunkiem uzyskania statusu uczestnika konkursu.

§ 7 Harmonogram działań w realizacji zadania związanego ze świadczeniem usługi

W I etapie kandydaci na uczestników konkursu powinni przedstawić w ofercie wstępną propozycję harmonogramu realizacji działań w podziale na poszczególne podetapy oraz zadania. Przedstawienie takiego dokumentu jest warunkiem uzyskania statusu uczestnika konkursu.

§ 8 Warunki udziału w postępowaniu

§ 8.1 Opis warunków udziału w postępowaniu konkursowym oraz opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tych warunków

Uczestnikami konkursu stają się kandydaci, którzy:

1. Posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
2. Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie w zakresie świadczenia usług dotyczących działań reklamowych, tzn. wykażą zrealizowanie w okresie ostatnich 3 lat przed dniem wszczęcia konkursu co najmniej 5 usług w zakresie działań reklamowych, o wartości dla każdej wykazanej usługi nie mniejszej niż 10 000 000 PLN brutto, wraz z dokumentami potwierdzającymi należyte wykonanie tych usług.
3. Dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia lub przedstawiają pisemne zobowiązanie innych podmiotów do udostępnienia potencjału technicznego i osób zdolnych do wykonania zamówienia, tzn. mają do dyspozycji zespół liczący nie mniej niż 6 osób:
 - co najmniej 2 osoby z 5-letnim doświadczeniem w wykonywaniu usług w zakresie tworzenia strategii promocyjnej i kreacji kampanii społecznych (stosunek pracy lub/i/ stosunek cywilnoprawny);
 - co najmniej 2 osoby z 10-letnim doświadczeniem w dydaktyce matematyki (stosunek pracy lub/i/ stosunek cywilnoprawny);
 - co najmniej 2 osoby z 2-letnim doświadczeniem w wykonywaniu zawodu socjologa – badacza problemów edukacji (stosunek pracy lub/i/ stosunek cywilnoprawny);

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

z których każda posiada 2-letnie doświadczenie w wykonywaniu prac związanych ze strategicznym diagnozowaniem problemów społecznych lub strategicznym planowaniem działań reklamowych, kreacją i tworzeniem materiałów reklamowych, lub popularyzacją i dydaktyką matematyki.

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujących wspólnie, warunek, o którym mowa w pkt. 2 i 3 muszą spełnić łącznie.

SPOSÓB OCENY: Ocena spełniania warunków wymaganych od kandydatów na uczestników konkursu zostanie dokonana wg formuły spełnia - nie spełnia.

Niespełnienie któregokolwiek z powyższych warunków skutkuje nieuzyskaniem statusu uczestnika konkursu.

§ 8.2 Wykaz oświadczeń i dokumentów, jakie mają dostarczyć kandydaci w celu uzyskania statusu uczestnika konkursu

1. Podpisany wykaz sporządzony wg wzoru określonego w załączniku nr 1 do Regulaminu konkursu, w którym kandydat na uczestnika konkursu wykaże zrealizowanie w okresie ostatnich 3 lat przed dniem wszczęcia konkursu co najmniej 5 usług w zakresie działań reklamowych, o wartości dla każdej wykazanej usługi nie mniejszej niż 10 000 000 PLN brutto, wraz z dokumentami potwierdzającymi należyte wykonanie tych usług.

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujących wspólnie, w/w warunek muszą spełniać łącznie.

2. Podpisany wykaz sporządzony wg wzoru określonego w załączniku nr 2 do Regulaminu konkursu, w którym kandydat na uczestnika konkursu wykaże, że dysponuje lub będzie dysponował zespołem liczącym nie mniej niż 6 osób:
 - co najmniej 2 osoby z 5-letnim doświadczeniem w wykonywaniu usług w zakresie tworzenia strategii promocyjnej i kreacji kampanii społecznych (stosunek pracy lub/i/ stosunek cywilnoprawny);
 - co najmniej 2 osoby z 10-letnim doświadczeniem w dydaktyce matematyki (stosunek pracy lub/i/ stosunek cywilnoprawny);
 - co najmniej 2 osoby z 2-letnim doświadczeniem w wykonywaniu zawodu socjologa – badacza problemów edukacji (stosunek pracy lub/i/ stosunek cywilnoprawny);z których każda będzie brała udział w realizacji przedmiotu zamówienia i z których każda posiada 2-letnie doświadczenie w wykonywaniu prac związanych ze strategicznym diagnozowaniem problemów społecznych lub strategicznym planowaniem działań reklamowych, kreacją i tworzeniem materiałów reklamowych, lub popularyzacją i dydaktyką matematyki.

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujący wspólnie w/w warunek muszą spełniać łącznie.

Jeżeli w wykazie kandydat na uczestnika konkursu wskazał osoby, którymi będzie dysponował, należy załączyć pisemne zobowiązanie innych podmiotów do udostępnienia osób zdolnych do wykonania zamówienia lub zobowiązanie tych podmiotów.

3. Aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania pracy konkursowej.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujących wspólnie, dokumenty składa każdy z podmiotów oferty wspólnej.

4. Aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego albo równoważne zaświadczenia właściwego organu sądowego lub administracyjnego kraju pochodzenia osoby (w przypadku, gdy kandydat na uczestnika konkursu ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej) w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt od 4 do 8 ustawy Prawo Zamówień Publicznych, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania pracy konkursowej.

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujących wspólnie, dokumenty składa każdy z podmiotów oferty wspólnej.

5. Aktualną informację z Krajowego Rejestru Karnego albo równoważne zaświadczenia właściwego organu sądowego lub administracyjnego kraju pochodzenia osoby w zakresie określonym w art. 24 ust. 1 pkt 9 ustawy PZP, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania pracy konkursowej.

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujących wspólnie, dokumenty składa każdy z podmiotów oferty wspólnej.

6. Aktualne zaświadczenie właściwego Naczelnika Urzędu Skarbowego oraz właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego, potwierdzające odpowiednio, że kandydat na uczestnika konkursu nie zalega z opłacaniem podatków, opłat oraz składek na ubezpieczenie zdrowotne i społeczne, lub zaświadczenie, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności, lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania pracy konkursowej .

W przypadku, gdy o zamówienie ubiegają się dwa lub więcej podmiotów występujących wspólnie, dokumenty składa każdy z podmiotów oferty wspólnej.

Jeżeli kandydat na uczestnika konkursu ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zamiast dokumentów, o których mowa w pkt 3), 5), 6) składa odpowiednio dokument lub dokumenty, wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające, że:

- a) nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości;
- b) nie orzeczono wobec niego zakazu ubiegania się o zamówienie;
- c) nie zalega z uiszczaniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, albo że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości decyzji właściwego organu;

Dokumenty, o których mowa punkcie a) i b) powinny być wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania pracy konkursowej.

Dokument, o którym mowa punkcie c) Regulaminu konkursu powinien być wystawiony nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania pracy konkursowej.

Jeżeli w kraju pochodzenia osoby lub w kraju, w którym kandydat na uczestnika konkursu ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt. 3-6), zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie złożone przed notariuszem, właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio kraju

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

pochodzenia osoby lub kraju, w którym kandydat na uczestnika konkursu ma siedzibę lub miejsce zamieszkania.

§ 9 Informacje o oświadczeniach i dokumentach, jakie mają dostarczyć kandydaci na uczestnika konkursu /pozostałe dokumenty/

W ramach pracy konkursowej należy przedłożyć:

1. Opis potrzeb strategicznych w zakresie wzmocnienia kompetencji matematycznych oraz zagrożeń wiążących się z przywróceniem matematyki jako przedmiotu obowiązkowego na egzaminie maturalnym.
2. Listę barier i czynników sprzyjających pozytywnemu stosunkowi do matematyki, wraz ze wskazaniem źródeł.
3. Wstępną koncepcję i ideę działań reklamowych.
4. Koncepcję i metodologię stworzenia podstaw strategii działań reklamowych.
5. Wstępny harmonogram działań na lata 2009 – 2010,
6. Formularz oferty zawierający: 1) cenę za świadczenie usług w zakresie działań reklamowych w podziale na lata kalendarzowe (2009 r. i 2010 r.) z zastrzeżeniem, że w 2009 r. kwota przeznaczona na działania nie może przekroczyć 3.500.000 PLN brutto, 2) oświadczenie kandydata (kandydatów wspólnie ubiegających się o uzyskanie zamówienia) o związaniu przedłożoną ofertą na okres nie krótszy niż 30 dni od dnia jej złożenia, 3) nazwę kandydata oraz kontakt do niego w postaci numeru telefonu, faksu, e-maila i osoby upoważnionej do kontaktu. Przedłożenie takiego dokumentu jest warunkiem uzyskania statusu uczestnika konkursu.

§ 10 Opis sposobu obliczenia ceny

Cenę ofertową netto (wartość netto) i brutto (wartość brutto) należy wyrazić w złotych polskich.

W cenie brutto należy uwzględnić podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów prawa sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług oraz podatkiem akcyzowym.

Podana w ofercie cena musi uwzględniać wszystkie wymagania zamawiającego określone w Regulaminie konkursu oraz zawierać wszelkie koszty, jakie poniesie wykonawca z tytułu zaoferowanej realizacji przedmiotu zamówienia, zgodnej z wymaganiami zamawiającego oraz obowiązującymi przepisami prawa.

§ 11 Kryteria oceny prac konkursowych oraz ich znaczenie

Ocena prac konkursowych zostanie dokonana przez Sąd konkursowy wg następujących zasad:

- 1. Sąd konkursowy zbada, czy kandydat uzyskał status uczestnika konkursu;**
- 2. Prace konkursowe podmiotów, które nie uzyskały statusu uczestnika konkursu pozostają bez rozpatrzenia. O przyczynie nieuzyskania statusu uczestnika organizator konkursu poinformuje wszystkich kandydatów;**
- 3. Ocenie zostaną poddane prace konkursowe wg następujących kryteriów:**

- a) Kryterium Ceny – waga 50%

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Maksymalna liczba punktów do uzyskania: 50 pkt.

Ocena będzie następować według wzoru:

$$P_{\text{cena}} = \frac{C_{\text{min}}}{C_{\text{oferty}}} * 50 \text{ pkt}$$

Gdzie:

P_{cena} – liczba punktów za kryterium ceny

C_{min} – najniższa oferowana cena

C_{oferty} – cena oferty badanej

b) Kryterium Realizacja działań reklamowych – waga 50%

Maksymalna liczba punktów do uzyskania: 50 pkt.

Praca konkursowa zostanie poddana ocenie merytorycznej (ocena Realizacji działań reklamowych) przez Sąd konkursowy w oparciu o poniższe podkryteria. W każdym podkryterium uczestnik konkursu może uzyskać od 0 do 10 punktów. Punkty uzyskane w każdym z podkryterium przez danego uczestnika konkursu zostaną zsumowane i będą stanowić liczbę punktów, jakie otrzyma uczestnik konkursu w kryterium realizacji działań reklamowych.

Rodzaje podkryteriów:

a) znajomość potrzeb i problemów w zakresie wprowadzenia matematyki na egzamin maturalny

- znajomość dokumentów strategicznych UE - 0-2 pkt
- znajomość strategii edukacyjnej MEN – 0-2 pkt
- wykorzystanie dostępnych danych o wynikach testów mierzących kompetencje matematyczne – 0-2 pkt
- trafność zidentyfikowanych zagrożeń dla wprowadzenia matematyki na egzamin maturalny – 0-2 pkt
- trafność identyfikacji wagi umiejętności matematycznych we współczesnym świecie – 0-2 pkt

b) znajomość barier i czynników sprzyjających pozytywnym postawom wobec matematyki

- wykorzystanie istniejących źródeł wiedzy nt. postaw wobec matematyki – 0-2 pkt
- wiedza o problemach z nauczaniem matematyki w szkołach średnich – 0-2 pkt
- trafność diagnozy potrzeb edukacyjnych i informacyjnych uczniów – 0-2 pkt
- trafność diagnozy barier wobec matematyki – 0-2 pkt
- trafność diagnozy źródeł pozytywnej motywacji wobec matematyki – 0-2 pkt

c) potencjał promocyjny wstępnej idei i koncepcji działań reklamowych

- trafność idei i koncepcji w relacji do zidentyfikowanych potrzeb, problemów, barier i czynników sprzyjających – 0-2 pkt
- możliwość wykorzystania idei kampanii w różnorodnych działaniach reklamowych („campaignability”) – 0-2 pkt
- różnorodność działań (liczba różnych proponowanych do wykorzystania mediów i akcji) – 0-2 pkt
- szanse skutecznego dotarcia do maturzystów 2010 – 0-2 pkt
- możliwość wykorzystania idei kampanii w działaniach długoterminowych na rzecz popularyzacji matematyki – 0-2 pkt

d) zgodność proponowanej idei i koncepcji z celami działań reklamowych

- możliwość dostarczenia realnej pomocy w zakresie przygotowania do egzaminu dla maturzystów – 0-2 pkt

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- różnorodność i atrakcyjność informacji o matematyce (roli, wadze, przydatności) kierowanych do odbiorców – 0-2 pkt
- atrakcyjność komunikowanych korzyści funkcjonalnych z matematyki (umiejętności matematycznych) – 0-2 pkt
- atrakcyjność komunikowanych korzyści emocjonalnych z matematyki (umiejętności matematycznych) – 0-2 pkt
- zgodność idei i koncepcji ze strategią wzmacniania kompetencji matematycznych – 0-2 pkt

e) zgodność wstępnego harmonogramu z potrzebami organizatora konkursu

- rozpoczęcie działań przygotowawczych w zakresie materiałów reklamowych – maks. 5 pkt, tj: 5 punktów, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w październiku 2009 r.; 4 punkty, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w listopadzie 2009 r.; 3 punkty, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w grudniu 2009r.; 2 punkty, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w styczniu 2010 r.; 1 punkt, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w lutym 2010r.; 0 punktów, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w innych terminach niż w/w.
- termin rozpoczęcia działań reklamowych i czas ich trwania – maks. 5 pkt, tj: 5 punktów, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w październiku 2009 r. i będą one trwały do dnia matury; 4 punkty, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w listopadzie 2009 r. i będą one trwały do dnia matury; 3 punkty, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w grudniu 2009 r. i będą one trwały do dnia matury; 2 punkty, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w styczniu 2010 r. i będą one trwały do dnia matury; 1 punkt, jeżeli rozpoczęcie działań nastąpi w lutym 2010 r. i będą one trwały do dnia matury; 0 punktów jeżeli rozpoczęcie działań lub ich zakończenie nastąpi w innych terminach niż w/w.

4. Kryteria dotyczą zarówno 1, jak i 2 etapu konkursu.

§ 12 Termin wykonania zamówienia

Działania reklamowe powinny zostać wykonane w terminie IV kwartał 2009 – II kwartał 2010, przy czym środki finansowe powinny zostać wykorzystane roku 2009, i do połowy roku 2010. Całość działań reklamowych powinna obejmować okres od października 2009 do maja 2010 (włącznie). Fazowanie działań reklamowych (rozłożenie w czasie poszczególnych aktywności) powinno stanowić element oferty.

§ 13 Finansowanie działań reklamowych

Działanie zostanie sfinansowane z budżetu projektu IV „Pilotaż nowych egzaminów maturalnych i eksternistycznych w ramach Priorytetu III Wysoka jakość systemu oświaty, Działania 3.2 Rozwój systemu egzaminów zewnętrznych

§ 14 Kwota, jaką zamierza przeznaczyć organizator konkursu na realizację działań reklamowych

Organizator konkursu zamierza przeznaczyć na realizację zadań reklamowych kwotę 20 000 000 PLN brutto z zastrzeżeniem, że w 2009 r. koszt działań nie przekroczy kwoty brutto 3.500.000 PLN.

§ 15 Ramy czasowe konkursu

- 1) Prace konkursowe można nadsyłać w terminie od 23.09.2009r. do 06.10.2009 r.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- 2) Ogłoszenie wyników konkursu nastąpi w dniu 20.10.2009r. Uczestnicy konkursu zostaną o nich powiadomieni w formie elektronicznej.

§ 16 Sposób porozumiewania się organizatora z uczestnikami konkursu

Wszelką korespondencję należy przekazywać na adres:

Centralna Komisja Egzaminacyjna,

ul. Lewartowskiego 6,

00-190 Warszawa

Nr faksu: 022 531 75 46;

e-mail: e.sokolowska@cke-efs.pl

z dopiskiem: „**Konkurs** - Świadczenie usług w zakresie działań reklamowych” dla Centralnej Komisji Egzaminacyjnej”

Zamawiający dopuszcza składanie oświadczeń, wniosków, zawiadomień oraz informacji za pomocą poczty elektronicznej oraz faksu.

Każda ze stron postępowania na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt otrzymania korespondencji przekazanej za pomocą poczty elektronicznej lub faksu.

Wskazanie osób uprawnionych do porozumiewania się z kandydatami na Uczestników konkursu:

Osobą uprawnioną do porozumiewania się z Wykonawcą jest:

Pani Elżbieta Sokołowska, tel. 022 531 76 27, e-mail: e.sokolowska@cke-efs.pl

Skutki braku zachowania przez kandydatów w/w wymogów ponosi kandydat na uczestnika konkursu.

Wykonawca jest zobowiązany podać w pracy konkursowej imię nazwisko osoby uprawnionej do porozumiewania się z Organizatorem Konkursu wraz z wskazaniem jego danych teleadresowych obejmujących numer telefonu, faksu i adres e-mailowy. Brak w/w informacji spowoduje utratę statusu uczestnika konkursu.

§ 17 Skład Sądu konkursowego

Sąd Konkursowy zostanie powołany do dnia 06.10.2009r. Informacja o jego składzie będzie zamieszczona na stronie internetowej www.cke.edu.pl

§ 18 Rodzaj nagród

Nagrodą w konkursie jest zaproszenie do negocjacji dwóch uczestników konkursu, których prace zajęły odpowiednio pierwsze i drugie miejsce (wybrane przez Sąd Konkursowy) w celu ustalenia ostatecznego zakresu przedmiotu zamówienia i złożenia przez uczestników konkursu ofert dodatkowych, zawierających cenę za realizację przedmiotu zamówienia z wyszczególnieniem cen za realizację jego poszczególnych elementów składowych.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

§ 19 Akceptacja warunków regulaminu konkursowego

Przystąpienie do Konkursu jest jednoznaczne z zaakceptowaniem przez kandydata na uczestnika konkursu warunków niniejszego Regulaminu, w tym m.in.

- z wyrażeniem zgody przez uczestnika konkursu na przetwarzanie przez organizatora danych osobowych podanych w formularzu zgłoszeniowym dla celów konkursowych, tj. udostępniania i przetwarzania informacji, które są przedmiotem konkursu celem realizacji jego procesu, zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2002 r. nr 101 poz.926 z późn. zm);
- ze złożeniem oświadczenia przez kandydata na uczestnika konkursu, że został on poinformowany o prawie do wglądu i możliwości poprawiania swoich danych osobowych udostępnionych w ramach konkursu;
- z akceptacją przez uczestnika konkursu faktu, że podanie własnych danych osobowych na formularzu oferty jest dobrowolne, aczkolwiek warunkuje możliwość uczestnictwa w konkursie.