

**Odpowiedzi na pytania przesłane drogą mailową dnia 6.03.2019r. do zapytania ofertowego nr 5/2019**

**Pytanie nr 1:**

Specyfikacja formułuje w pkt. 2.1. na rzecz opracowania Strategii komunikacji, wymóg **przeprowadzenia wieloetapowego audytu**: "analiza narzędzi komunikacyjno-promocyjnych uczelni, sprawdzenie funkcjonalności i efektywności wykorzystywanych technik informacyjno-komunikacyjnych, analiza dokumentów, narzędzi TIK,

– opracowanie narzędzia badawczego,

– przeprowadzenie wywiadów z przedstawicielami wszystkich działów i biur uczelni (około 25 wywiadów), raport.

– rekomendacje rozwiązań w postaci opracowanego dokumentu: Strategia komunikacji. Dokument powinien uwzględnić katalog rekomendowanych dla poszczególnych strategii narzędzi komunikacji (w tym systemów informatycznych), a także strategię rozwoju narzędzi/systemów wraz z charakterystyką opisującą sposób działania i wdrażania w CC".

Następnie, w pkt. 2.2. przedstawione jest jednoznaczne oczekiwanie, iż "Na podstawie przygotowanej strategii komunikacji, zostaną przeprowadzone szkolenia i warsztaty dla kadry kierowniczej, administracyjnej i akademickiej". Strategia komunikacji, jak rozumiem zatwierdzona przez Zamawiającego, ma być przedmiotem szkolenia dla kadry, **począwszy od terminu 12-13 kwietnia 2019 r.** — dla około **100 osób**, a szkolenie będzie odbywać się dla czterech grup jednocześnie.

Rozpoczęcie projektu ma nastąpić w **piątek 15 marca**. Analizując terminarz wstecz, od daty szkolenia przyjmuję, że materiały szkoleniowe muszą być wypracowane przez Wykonawcę ("techniki wizualizacji wartości oraz publikacja materiałów promocyjnych"), jak też zatwierdzone przez Zamawiającego w tygodniu 8-11 kwietnia. Zatem zatwierdzenie Strategii komunikacji, jako podstawy materiałów szkoleniowych, powinno nastąpić nie później, niż w pierwszym tygodniu kwietnia.

W świetle analizowanych przez nas dokumentów, Strategia może być zatwierdzana przez Senat, zgodnie § 18 Statutu Collegium Civitas: "1. Do kompetencji Senatu należy: [...] 2) uchwalanie strategii rozwoju i głównych kierunków działalności Collegium". Jeśli ta interpretacja jest prawidłowa, to moim zdaniem przewidziany na przygotowanie, uzgodnienie z zainteresowanymi osobami i zatwierdzenie **Strategii komunikacji okres jest zbyt krótki**. Zwrócili mi na to uwagę specjaliści w tej dziedzinie, jak i podpowiadają mi to moje osobiste doświadczenia z pracy na rzecz szkół wyższych, a także wiedza nt. zasad planowania narzędzi i rozwijania systemów informatycznych (pkt. 2.1. Specyfikacji).

Być może w moim rozumieniu błędnie przyjąłem niektóre założenia, albo nieprawidłowo odczytałem Specyfikację do zapytania ofertowego. Strategia komunikacji, decydująca w kilkuletnim horyzoncie o wydatkach na promocje, kampaniach wizerunkowych, zasięgu terytorialnym obecności reklamowej, zasadach tworzenia kontentu dla różnych rodzajów mediów, ustalenia mechanizmów responsywności np. dla urządzeń mobilnych, powiązanie z systemem rekrutacyjnym lub zasadami prezentowania wyników badań naukowych — to z punktu widzenia ilości niezbędnych interakcji wewnątrz Uczelni, w sumie dość czasochłonne zadanie. Szkolenie w dniu 12 kwietnia "na podstawie przygotowanej strategii

*komunikacji" w świetle mojej interpretacji, nie będzie możliwe do przeprowadzenia w oczekiwanym kształcie.*

**Odpowiedź na pytanie nr 1:**

W odpowiedzi na przesłane pytanie Zamawiający wyjaśnia, iż Oferent błędnie odczytał treści opisane w załączniku nr 1 pkt.2.2 zapytania ofertowego, zapisy przytoczonego punktu dotyczą szkoleń i warsztatów dla kadry kierowniczej, administracyjnej i akademickiej, których pierwszy termin został wskazany na dzień 12-13 kwietnia br. Szkolenia te nie będą jednak dotyczyły zatwierdzonej już strategii komunikacji, spotkanie ma na celu inicjację prac nad w/w dokumentem.

W związku z powyższym zatwierdzona strategia komunikacji nie stanowi podstawy programowej wskazanego szkolenia, a jedynie jest etapem wstępnej pracy nad dokumentem. Dopiero drugi etap szkoleń (których termin nie został wskazany w zapytaniu ofertowym i będzie ustalony w harmonogramie po zawarciu umowy) będzie miał na celu wdrażanie wcześniej przedstawionego i zatwierdzonego dokumentu strategii komunikacji.

Na szkoleniach w dniu 12 – 13 kwietnia br. planuje się zaprezentowanie koncepcji prac nad budową strategii, harmonogramu prac oraz rozpoczęcie prac diagnostycznych. W związku z czym, materiały szkoleniowe na szkolenie zaplanowane na ww. termin nie będą odnosić się po opracowanej i zatwierdzonej strategii komunikacji.