

Załącznik Nr 1
do zapytania ofertowego nr 7/2019

I. Dane Zamawiającego

Collegium Civitas

Plac Defilad 1, PKiN p. XII

00-901 Warszawa

NIP 525-20-83-784, REGON 012769984

II. Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiot zamówienia został podzielony w następujący sposób:

Moduł 1

Opracowanie i mapowanie procesów CC

W ramach zadania zostanie przeprowadzona analiza procesów w CC oraz opracowana mapa procesów strategicznych. Mapa procesów zostanie opracowana na podstawie audytu procesów, wywiadów i konsultacji indywidualnych, wykorzystaniu narzędzi kwestionariuszowych. Potrzeba przygotowania dokumentu wynika z dynamicznego rozwoju organizacyjnego uczelni, prowadzonych procesów reorganizacyjnych oraz potrzeb dostosowania organizacji procesów do strategii i celów CC. Najważniejsze kluczowe procesy zarządzania i funkcjonowania uczelni to: planowanie strategiczne, finansowanie, dydaktyka, badania oraz procesy wspierające (m.in. obsługa studenta, zarządzanie salami dydaktycznymi, itp.).

W części diagnostyczno – badawczej Zamawiający przewiduje, w szczególności:

- 25 wywiadów z kadrą zarządzającą, kierowniczą i przedstawicielami kadry dydaktycznej,
- 10 spotkań x 2 godziny x 5 procesów z pracownikami administracyjnymi CC),
- 10 spotkań z kadrą zarządzającą CC.

Spotkania organizowane będą w siedzibie Zamawiającego tj. PKiN, Plac Defilad 1, p.XII. Zamawiający pomoże w organizacji spotkań.

Efektom prac nad Modułem 1 będzie opracowanie księgi procesów oraz przygotowanie listy usprawnień dla wszystkich opisywanych procesów w celu ich optymalizacji.

Moduł 2

2.1. Opracowanie strategii komunikacji

Zamawiający przeprowadził wstępną analizę, która wskazuje na następujące bariery i potrzeby:

1. Obniżony - deklarowany - poziom identyfikacji pracowników admin. oraz dydaktyczno-naukowych z CC,
2. Potrzeba kreowania wizerunku CC i identyfikacji w środowisku instytucjonalnym, na rynkach międzynarodowym oraz na krajowym rynku edukacyjnym;
3. Potrzeba wzmacniania identyfikacji z CC.

W ramach zadania zostanie przygotowana strategia komunikacji CC. Zostanie przeprowadzona analiza poziomu wykorzystania i akceptacji funkcjonujących kanałów komunikacji formalnej i nieformalnej wraz z uwarunkowaniami. Na tej podstawie zostanie przygotowana strategia komunikacyjna CC: wewnętrzna, instytucjonalna oraz sprzedażowo-rekrutacyjna, zawierająca elementy strategii employer brandingowej. Opracowanie strategii komunikacji i wskazanie właściwych narzędzi komunikacji, pozwoli na zmniejszenie występujących barier i podniesienie jakości zarządzania CC (w tym zarządzaniem wewnętrznym, zarządzaniem informacją, zarządzaniem sprzedażą i rekrutacją, zarządzaniem marką CC).

Na zadanie składają się w szczególności:

- wieloetapowy audyt: 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. Wywiady organizowane będą w siedzibie Zamawiającego tj. PKiN, Plac Defilad 1, p.XII. Zamawiający pomoże w organizacji spotkań.
- rekomendacje rozwiązań w postaci opracowanego dokumentu: Strategia komunikacji. Dokument powinien uwzględniać 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.

Prace diagnostyczno-badawcze w module 1 i 2 mogą zostać połączone, ponieważ obejmują tę samą grupę pracowników. Pozwoli to zminimalizować czas i nakłady pracy niezbędne do ich przeprowadzenia.

2.2. Wdrożenie strategii komunikacji przez warsztaty i szkolenia

Na podstawie przygotowanej strategii komunikacji, zostaną przeprowadzone szkolenia i warsztaty dla kadry kierowniczej, administracyjnej i akademickiej.

Metody: warsztat, techniki wizualizacji wartości oraz publikacja materiałów promocyjnych.

Realizacja szkoleń, pozwoli zmniejszyć zidentyfikowane przez Wykonawcę bariery i odpowiedzieć na potrzeby kadry, przekazując jednocześnie wiedzę nt. przygotowanej strategii komunikacji i przygotowując kadry do jej wdrożenia. Zakłada się, że zostaną przeprowadzone dwie edycje szkoleń przed i po wdrożeniu strategii.

Szkolenia realizowane będą w następującym wymiarze:

- a) dla kadry: 4 szkolenia x 2 dni x 6 godz. x 50 osób w grupie.

Szkolenie zaplanowano w obiekcie oddalonym od siedziby Zamawiającego o co najmniej 50 km. Logistyka i organizacja szkoleń (noclegi, wyżywienie, transport itp.) leży po stronie Zamawiającego.

Zamawiający zaplanował, iż pierwsze dwa szkolenia zostaną zorganizowane w tym samym terminie (12-13 kwiecień 2019r.) dla około 100 osób. Szkolenie będzie odbywać się dla czterech grup jednocześnie.

Terminy kolejnych szkoleń będą wskazane po zawarciu umowy na realizację zadania.

- b) dla każdego działu/biura/jednostki organizacyjnej w CC: 10 szkoleń x 1 dzień x 6 godzin dla 5 osób) szkolenia dotyczące wdrożenia strategii komunikacji. Szkolenie realizowane w siedzibie Zamawiającego, tj. PKiN, Plac Defilad 1 p.XII. Zamawiający pomoże Wykonawcy w ustaleniu terminów.

III. Wymagania odnośnie standardu usługi

Od Wykonawcy oczekuje się sprawnej i terminowej realizacji zamówienia oraz współpracy z Zamawiającym, w tym:

1. bieżącego konsultowania metodologii badania i narzędzi badawczych (opracowanie metodologii badawczej i jej uzasadnienie);
2. opracowania harmonogramu przeprowadzenia działań;
3. przygotowania materiałów do badania;
4. informowania o stanie prac, pojawiających się problemach na bieżąco;
5. formułowania komunikatywnych i użytecznych dokumentów;
6. przekazania Zamawiającemu na zakończenie zlecenia pełnej dokumentacji badania ewaluacyjnego (tj. ankiety, wywiady, itp.);
7. umieszczania na prezentacjach/materiałach logotypów zgodnych z Wytocznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.;
8. umożliwienie przeprowadzenia kontroli zajęć zarówno przez przedstawiciela Zamawiającego, jak również przez instytucje zarządzające programem, w ramach którego dofinansowano projekt.