

**Załącznik Nr 1
do zapytania ofertowego nr 1/DUO/2020**

I. Dane Zamawiającego

Collegium Civitas

Plac Defilad 1, PKiN p. XII

00-901 Warszawa

NIP 525-20-83-784, REGON 012769984

II. Doświadczenie

Osoby składające ofertę dla poszczególnych części powinny spełniać łącznie co najmniej następujące kryteria:

Część 1-4

- co najmniej 3 lata doświadczenia branżowego;
- ekspert w ramach dziedziny, w której prowadzone są zajęcia;
- kwalifikacje, umożliwiające przeprowadzenie zajęć w ramach wskazanej dziedziny, potwierdzone certyfikatem/zaświadczeniem bądź innym dokumentem potwierdzającym kwalifikacje.
- co najmniej rok doświadczenia dydaktycznego (prowadzenie zajęć i/lub szkoleń w obszarze tematycznym związanym z marketingiem internetowym i e-commerce).

Doświadczenie oraz posiadane kwalifikacje należy opisać w załączniku nr 4 do zapytania ofertowego, a na potwierdzenie przedłożyć dokumenty potwierdzające posiadane doświadczenie i kwalifikacje zawodowe/referencje.

III. Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiot zamówienia został podzielony w następujący sposób:

Część 1

Nazwa kierunku/stopień	Tryb studiów	Nazwa specjalności	Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Zarządzanie, I stopień	stacjonarny	Marketing internetowy i e-commerce	Strategia i planowanie	30h	Minimalny zakres tematyczny, która powinien zostać zrealizowany podczas zajęć: <ul style="list-style-type: none"> • Analiza – metody, narzędzia i źródła informacji, • Definiowanie celów, istota i różnice pomiędzy kampaniami sprzedażowymi i wizerunkowymi, • Definiowanie grup docelowych według kryteriów demograficznych, psychograficznych i behawioralnych, • Metody budżetowania i rozliczania kampanii w Internecie, • Pomiar skuteczności, dobór wskaźników KPI ze względu na cel.

Część 2

Nazwa kierunku/stopień	Tryb studiów	Nazwa specjalności	Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Zarządzanie, I stopień	stacjonarny	Marketing internetowy i e-commerce	Digital marketing - podstawy	30h	Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć: <ul style="list-style-type: none"> • Rynek reklamy internetowej – udział rynku reklamy internetowej w strukturze wydatków mediowych, wielkość poszczególnych segmentów, trendy i tendencje, • Internauci w Polsce i na świecie (dane, liczby, trendy i tendencje), • Kanały komunikacji w Internecie – rodzaje i koncepcje klasyfikacji,



Marketing przyszłości – studia dualne w Collegium Civitas
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

					<ul style="list-style-type: none"> • Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie, • Podstawowe modele zakupu i emocji reklamy w sieci, • Podstawowe pojęcia, narzędzia i wskaźniki, • Współpraca z agencją – podstawowe zagadnienia, • Marketing offline vs online.
--	--	--	--	--	---

Część 3

Nazwa kierunku/stopień	Tryb studiów	Nazwa specjalności	Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Zarządzanie, I stopień	stacjonarny	Marketing internetowy i e-commerce	E-mail marketing	30h	<p>Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podstawowe pojęcia i koncepcje, • Online & offline data capturing, • Segmentacja – dane transakcyjne, deklaratywne i behawioralne, • Email desing, • Zarządzanie danymi i prywatność, • Mierniki i efektywność e-mail marketingu.

Część 4

Nazwa kierunku/stopień	Tryb studiów	Nazwa specjalności	Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Zarządzanie, I stopień	stacjonarny	Marketing internetowy i e-commerce	Display advertising	30h	Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć: <ul style="list-style-type: none"> • Analiza – metody, narzędzia i źródła informacji, • Definiowanie celów – istota i różnice pomiędzy kampaniami sprzedażowymi a wizerunkowymi, • Definiowanie grup docelowych według kryteriów demograficznych, psychograficznych i behawioralnych, • Metody budżetowania i rozliczania kampanii, • Pomiar skuteczności- dobór wskaźników KPI ze względu na cel.

IV. Wymagania odnośnie standardu prowadzonych zajęć

1. Opracowanie sylabusów do zajęć, które będą prowadzone przez Oferenta – według standardu Zamawiającego.
2. Przeprowadzenie zajęć w ramach wybranego przedmiotu w ramach semestru w maksymalnym wymiarze 30h na studiach stacjonarnych.
3. Prowadzenie i weryfikacja list obecności studentów na zajęciach – według wzorów przekazanych przez Zamawiającego.
4. Przekazanie po zrealizowaniu zajęć uzupełnionych list obecności na zajęciach do Działu Koordynacji Projektów, jednak nie później w terminie 14 dni od zakończenia zajęć.
5. Zorganizowanie i przeprowadzenie egzaminu zaliczającego prowadzony przedmiot oraz uzupełnienie wszelkiej dokumentacji z tym związanej.
6. Informowania uczestników zajęć, iż zajęcia są współfinansowane ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
7. Umieszczania na prezentacjach/materiałach logotypów zgodnych z Wytycznymi 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.