

**Załącznik Nr 1
do zapytania ofertowego nr 2/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

Zajęcia realizowane są na kierunku Zarządzanie, studia I stopnia w ramach specjalności Marketing internetowy i e-commerce. Zajęcia realizowane są w języku polskim. Przedmiot zamówienia został podzielony w następujący sposób:

Część 1

Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Search Engine Marketing	30h	Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć: <ul style="list-style-type: none"> • Koncepcje i modele związane z SEO i PPC, • SEM / SEO / PPC - podstawowe pojęcia i ich rozróżnianie, • Wyniki wyszukiwania i pozycjonowanie w wyszukiwarce, • Mechanika SEO - podstawowe czynniki wpływające na pozycjonowanie organiczne, • Bidding w reklamie PPC – istota i mechanika działania Google AdWord, • Copy w reklamie PPC - techniczne i praktyczne zasady związane z pisaniem tekstów w reklamie AdWord.

Część 2

Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Programmatic RTB	30h	Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć: <ul style="list-style-type: none"> • Podstawowe pojęcia i koncepcje, np. DSP, SSP, DMP, AdExchange, passback, • Istota, różnice, podobieństwa i zależności pomiędzy RTB i Programmatic, • Mechanika i działanie RTB i Programmatic buying, • Bidding - mechanika aukcji - w tym znaczenie pojęć takich jak: floor price, second bid auction, private auction, open auction, preferred deal, • Format i modele rozliczeń w reklamie RTB, • Modele atrybucji i umiejętność krytycznej analizy wyników kampanii, • Efektywność RTB i pomiar skuteczności.



Część 3

Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Social Media i Content Marketing	30h	<p>Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z web 2.0 - hashtag, social graph, zasięg organiczny, • Platformy social media w Polsce i na świecie, • Social Listening i monitoring, • możliwości, formaty i modele rozliczeń reklamy w sieciach społecznych, • Efektywność social media marketingu, • KPI i analityka – podstawowe wskaźniki i ich interpretacja, narzędzia analityczne, np. CheeseCat, Facebook Insights, SoTrender, • Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści.

Część 4

Nazwa przedmiotu	Ilość godzin	Ogólny zakres merytoryczny
Video Advertising	30h	<p>Minimalny zakres tematyczny, który powinien zostać zrealizowany podczas zajęć:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podstawowe pojęcia - reklama liniowa/nieliniowa, overlay, rich-media, • Rodzaje i formaty reklamy video, • Serwisy z treściami video, • Modele emisji i zakupu – w szczególności model CPV, • Efektywność video advertising – odniesienie VIDEO do innych dyscyplin marketingu internetowego, • Twórcy kontentu - vlogging, youtuberzy, istota MCN na YouTube, współpraca z twórcami kontentu - potencjalne korzyści, dobre praktyki, efektywność, • VOD i branded content - lokowanie produktu w video; video w VOD, istota telewizji hybrydowej i związku z reklamą video.

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 niż 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 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.