Warszawa, 08.08.2018 roku

**Ogłoszenie o wszczęciu postępowania w procedurze otwartej**

**na realizację usługi badawczej w projekcie pt. Czynniki warunkujące skuteczność prospołecznych komunikatów marketingowych (CRM - Cause Related Marketing)**

**(nr umowy UMO-2014/13/B/HS6/04077)**

***na podstawie art. 4 d ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych***

*(Dz. U. z 2017 r., poz. 1579 z późn. zm.)*

WPs/46/2018/AK

**1. ZAMAWIAJĄCY**

|  |  |
| --- | --- |
| Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego  ul. Stawki 5/7, 00-183 Warszawa | |
| REGON 24000001258  NIP: 525-001-12-66  fax (22) 635-79-91  [www.psych.uw.edu.pl](http://www.psych.uw.edu.pl)  e-mail: sekog@psych.uw.edu.pl | Osoba do kontaktów w sprawie zapytania:  Aleksandra Furman  Telefon: **880 777 721**  e-mail : [aleksandra.furman@psych.uw.edu.pl](mailto:aleksandra.furman@psych.uw.edu.pl) |

**2. ZAKRES ZAMÓWIENIA (OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA)**

Zamówienie obejmuje przygotowanie i przeprowadzenie dziesięciu badań oraz dostarczenie Zamawiającemu elektronicznych baz danych z wynikami tych badań. Wszystkie badania mają być realizowane metodą badania online na panelu internetowym na niezależnych próbach Polaków. Zamawiający dostarcza materiały do badania – kwestionariusze i materiały do oceny (reklamy). Zadaniem Wykonawcy jest ich zaskryptowanie – nadanie formy badania internetowego oraz realizacja badania.

BADANIE 1:

1) Rekrutacja 210 dorosłych osób (min. wiek 18 lat), 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na trzy równoliczne grupy, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 20 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 2:

1) Rekrutacja 140 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na dwie równoliczne grupy, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 20 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 3:

1) Rekrutacja 210 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na trzy równoliczne grupy, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 20 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 4:

1) Rekrutacja 420 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na sześć równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 25 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 5:

1) Rekrutacja 420 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na sześć równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 25 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 6:

1) Rekrutacja 420 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na sześć równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 25 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 7:

1) Rekrutacja 1000 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania. Powrót do minimum 600 respondentów w drugiej fali badania.

2) Przeprowadzenie badania w dwóch falach.

a) fala I: badanie eksperymentalne; badani dzieleni na sześć równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 20 min.

b) fala II: powrót do minimum 90 osób z każdej z badanych w fali I grup; przeprowadzenie badania kwestionariuszowego, czas pojedynczego badania nie przekraczający 10 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 8:

1) Rekrutacja 1000 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania. Powrót do minimum 600 respondentów w drugiej fali badania.

2) Przeprowadzenie badania w dwóch falach.

a) fala I: badanie eksperymentalne; badani dzieleni na sześć równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 20 min.

b) fala II: powrót do minimum 90 osób z każdej z badanych w fali I grup; przeprowadzenie badania kwestionariuszowego, czas pojedynczego badania nie przekraczający 10 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 9:

1) Rekrutacja 600 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na dwanaście równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 25 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

BADANIE 10:

1) Rekrutacja 600 dorosłych osób, 50/50 kobiet i mężczyzn, zróżnicowanych pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejsca zamieszkania

2) Przeprowadzenie badania eksperymentalnego: badani dzieleni na dwanaście równolicznych grup, z których każda otrzymuje inną wersję materiału do oceny, czas trwania pojedynczego badania nie przekraczający 25 min.

3) Stworzenie bazy danych z badania oraz dostarczenie surowych danych w formie elektronicznej.

**3**. **TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA:**

- od dnia podpisania umowy do 31.03. 2020 r.

1. **OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY**

Oferta powinna obejmować:

1) zestawienie cen zamawianych usług (cena netto i brutto)

2) informacje o panelu internetowym

1. liczba zarejestrowanych użytkowników oraz response rate
2. przedstawienie aktualnego „panelbook” zgodnie z wymaganiami ICC/ESOMAR
3. minimum 3 rekomendacje realizacji badań na panelu internetowym na próbach ogólnopolskich min. 5000 respondentów
4. oświadczenie o niestosowaniu praktyk niezgodnych z wytycznymi komisji odpowiedzialności zawodowej OFBOR

3) informację o czasie realizacji usługi (każdego badania)

**5. SKŁADANIE OFERT:**

Oferty można wysyłać pocztą elektroniczną na adres: [aleksandra.furman@psych.uw.edu.pl](mailto:aleksandra.furman@psych.uw.edu.pl)

Nieprzekraczalny termin dostarczenia oferty to: **16.08.2018 r. do godziny 17.00.**

1. **OCENA OFERT**
   1. Ocenie poddane zostaną tylko te oferty, które zawierają wszystkie elementy wymienione w pkt. 4.
   2. Przy wyborze ofert Zamawiający będzie się kierował kryteriami:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Kryterium | Waga (Badanie CAWI) |
| 1 | Cena zamówienia brutto | 70 |
| 2 | Ocena merytoryczna informacji o panelu internetowym | 20 |
| 3 | Czas realizacji każdego badania | 10 |
|  | RAZEM | 100 |

* 1. OPIS SPOSOBU PRZYZNAWANIA PUNKTÓW:

Kryteria oceny ofert można też rozpisać tak:

**Kryterium wyboru oferty:**

1. cena 70 %,
2. ocena merytoryczna informacji o panelu internetowym - 20 %,
3. czas realizacji każdego badania - 10%.

1. **Cena /C/**

Kryterium temu zostaje przypisana liczba 70 punktów. Ilość punktów poszczególnym Wykonawcom za kryterium, przyznawana będzie według poniższej zasady:

Oferta o najniższej cenie otrzyma 70 punktów.

Pozostałe oferty - ilość punktów wyliczona wg wzoru :

***cena najniższa***

***Ci  = ------------------------------- x 70 pkt***

***cena oferty badanej***

i               - numer oferty badanej

Ci             - liczba punktów za kryterium „**CENA**” (oferty badanej)

cena oferty - cena brutto z **OFERTY**.

Przy ocenie merytorycznej informacji o panelu internetowym można opisać za co i ile będzie przyznanych punktów.

1. **Ocena merytoryczna informacji o panelu internetowym**

Kryterium temu zostaje przypisana liczba 20 punktów. Ilość punktów poszczególnym Wykonawcom za kryterium, przyznawana będzie według poniższej zasady:

Oferta o spełniająca wszystkie wymogi otrzyma 20 punktów.

Pozostałe oferty - ilość punktów wyliczona wg zasady:

1. liczba zarejestrowanych użytkowników oraz response rate – 5 pkt
2. przedstawienie aktualnego „panelbook” zgodnie z wymaganiami ICC/ESOMAR – 5 pkt
3. minimum 3 rekomendacje realizacji badań na panelu internetowym na próbach ogólnopolskich min. 5000 respondentów – 5 pkt
4. oświadczenie o niestosowaniu praktyk niezgodnych z wytycznymi komisji odpowiedzialności zawodowej OFBOR – 5 pkt
5. **Czas realizacji każdego badania - okres (termin) realizacji zamówienia - liczony w dniach roboczych** od momentu przekazania przez Zamawiającego materiałów do badania do momentu otrzymania przez Zamawiającego wyników (kompletnej bazy danych).

Kryterium temu zostaje przypisana liczba 10 punktów. Ilość punktów poszczególnym Wykonawcom za kryterium, przyznawana będzie według poniższej zasady:

Oferta o najkrótszym okresie (terminie) realizacji zamówienia otrzyma 10 punktów.

Pozostałe oferty - ilość punktów wyliczona wg wzoru :

***termin najkrótszy***

***Ti  = --------------------------------- x 10 pkt***

***termin oferty badanej***

i - numer oferty badanej

Ti - liczba punktów za kryterium „**TERMIN**” (oferty badanej)

TERMIN oferty – okres (termin) realizacji zamówienia z **OFERTY.**

Za okres (termin) realizacji zamówienia przyjmuje się liczbę dni roboczych. Czas realizacji każdego badania liczymy od momentu przekazania przez Zamawiającego materiałów do badania do momentu otrzymania przez Zamawiającego wyników (kompletnej bazy danych).

Maksymalny (termin) realizacji każdego z badań wynosi 30 dni. Oferty proponujące dłuższy okres zostaną odrzucone.

W przypadku, gdy Wykonawca w Formularzu oferty poda termin realizacji w niepełnych dniach, przy ocenie oferty Zamawiający zaokrągli termin realizacji w górę do najbliższej pełnej liczby (np. zadeklarowany termin realizacji wynoszący 20,5 dnia zostanie zaokrąglony do 21 dni itp.).

W celu wyboru najkorzystniejszej oferty punkty za w/w kryteria dla danej oferty zostaną zsumowane i będą stanowić końcową ocenę oferty.

Komisja wybierze oferenta, który uzyska największą liczbę punktów.

1. **DODATKOWE INFORMACJE**
   1. W celu realizacji zamówienia z wybranym Wykonawcą zostanie zawarta umowa.
   2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość negocjacji szczegółowych warunków realizacji umowy z najlepszymi oferentami.
   3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do nie wybrania żadnego Wykonawcy.