

SZCZEGÓŁOWY OPIS SPOSOBU OCENY OFERT

Wybór najkorzystniejszej oferty zostanie dokonany na podstawie następujących kryteriów:

- | | |
|-----------------------------------|------|
| a) Cena oferty brutto (C) | 50 % |
| b) Koncepcja reklamowa (K) | 50 % |

1. Punkty będą przyznawane według zasady 1% = 1 punkt
2. Do oceny kryterium „Koncepcja reklamowa” zostaje powołana Komisja w składzie:
 - a. Wioleta Samitowska – Przewodnicząca Komisji
 - b. Julia Fajkowska - Jędrzejczyk – Członek Komisji
 - c. Arkadiusz Kusak – Członek Komisji
3. Punkty będą przyznawane wg następujących zasad:

A. Cena oferty (C) z najniższą ceną brutto otrzyma 50 punktów. Punkty pozostałych ofert liczone będą wg proporcji matematycznej z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku:

$$C = (C_{\min} / C_{ob}) \times 0,5 \times 100 \%$$

gdzie:

C – ilość punktów za kryterium ceny

C_{min} – cena brutto najniższa

C_{ob} – Cena brutto oferty badanej

B. Koncepcja reklamowa (K)

Punkty w tym kryterium będą przyznawane przez 3 członków Komisji, którzy będą oceniać główne założenia koncepcji reklamowej. Każdy z członków Komisji może przyznać punkty w skali 0 - 20.

$$K = 0,5 \times ((K_{so} / 3) / K_{\max}) \times 100 \%$$

gdzie:

K – punkty przyznane dla ocenianej oferty obliczone według schematu dla kryterium „Koncepcja reklamowa”

K_{so} – suma ocen przyznana przez Komisję w skali wynikającej z wagi kryterium (punktacja 0 - 20)

K_{max} – Maksymalna liczba punktów za kryterium „Koncepcja reklamowa”

Oceniając kryterium „Koncepcja reklamowa” Komisja będzie brała pod uwagę:

- Wstępny projekt graficzny kampanii – w tym celu Oferent winien załączyć przykładowy projekt graficzny dwóch banerów reklamowych albo rozwiązań graficznych bazujących na załączonym SIW, zgodnym ze stylistyką strony

www.visit.swinoujscie.pl, nawiązujący jednak do morskiego i wodnego charakteru tematyki kampanii (punkty 0 – 10)

Lp.	oceniany element	liczba punktów przyznana przez członka komisji
1.	Zgodność z SIW (od 0 do 3 pkt)	
2.	Zgodność ze stylistyką strony (od 0 do 3 pkt)	
3.	Nawiązanie do morskiego/wodnego charakteru (od 0 do 2 pkt)	
4.	Ogólne wrażenie estetyczne (od 0 do 2 pkt)	

- Wstępne dwa hasła reklamowe, które miałyby być zastosowane w kampanii; hasła reklamowe powinny ściśle kojarzyć się z tematyką Kampanii „Zacumuj bezpiecznie w Krainie 44 Wysp” oraz Świnoujściem (0 – 10)

Lp.	oceniany element	liczba punktów przyznana przez członka komisji
1.	Poprawność językowa (od 0 do 3 pkt)	
2.	Atrakcyjność hasła (od 0 do 3 pkt)	
3.	Nawiązanie do tematyki Kampanii (od 0 do 4 pkt)	

4. Całkowita liczba punktów, jaką otrzyma dana oferta, zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

$$S = C + K$$

gdzie:

S – całkowita liczba punktów

C – ilość punktów za cenę oferty

K – liczba punktów w kryterium „Koncepcja reklamowa”

5. Punktacja przyznawana ofertom w poszczególnych kryteriach będzie liczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Najwyższa liczba punktów wyznaczy najkorzystniejszą ofertę
6. Zamawiający udzieli zamówienia Oferentowi, którego oferta spełniać będzie wymagania zapytania ofertowego i zostanie oceniona jako najkorzystniejsza w oparciu o podane kryteria wyboru.