



Opis Przedmiotu Konsultacji

1. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie w Internecie działań promocyjnych kampanii informacyjno-edukacyjnej „Legitna praca”, mającej na celu upowszechnianie wiedzy o przepisach prawa pracy dotyczących zatrudniania i kształtowania świadomości wśród osób w wieku 14-24 lata. Działania promocyjne kampanii w Internecie zostaną przeprowadzone z uwzględnieniem odpowiednich mediowych grup docelowych i kalendarza emisji. W skład przedmiotu zamówienia wchodzi następujące zadania:

- 1.1. przygotowanie realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie, w tym: opracowanie strategii i media planu oraz przygotowanie reklam do emisji,
- 1.2. realizacja działań promocyjnych kampanii w Internecie - emisje reklam w Internecie,
- 1.3. zapewnienie monitorowania działań promocyjnych kampanii w Internecie,
- 1.4. podsumowanie efektywności działań promocyjnych kampanii w Internecie i przedstawienie wyników w postaci raportu.

2. TERMIN REALIZACJI DZIAŁAŃ W INTERNECIE

Termin działań promocyjnych kampanii w Internecie (emisja reklam) - 35 dni kalendarzowych.

3. CELE DZIAŁAŃ PROMUJĄCYCH KAMPANIĘ W INTERNECIE

3.1. Główne cele:

- 3.1.1. upowszechnianie wiedzy o przepisach prawa pracy dot. zatrudniania;
- 3.1.2. kształtowanie świadomości zagrożeń zawodowych występujących w środowisku pracy;
- 3.1.3. informowanie o możliwościach skorzystania z pomocy merytorycznej udzielanej przez Państwową Inspekcję Pracy przy eliminowaniu nieprawidłowości w zatrudnieniu;
- 3.1.4. tworzenie kultury bezpieczeństwa wśród młodych pracowników, poprzez kreowanie postaw i wartości związanych z eliminowaniem ryzyka zawodowego.

3.2. Cele szczegółowe:

- 3.2.1. precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do mediowych grup docelowych, za pośrednictwem odpowiednio dobranych narzędzi reklamy internetowej,
- 3.2.2. maksymalizacja wizyt na stronie Kampanii, tj. www.prawawpracy.pl.

4. MEDIOWE GRUPY DOCELOWE

- 4.2. Uczniowie 13-17 lat – grupa targetowana w serwisach internetowych TikTok oraz Instagram.
- 4.3. 18-24 lata - osoby uczące się lub podejmujące pierwszą pracę, w tym studenci - grupa targetowana w serwisach YouTube, TikTok, Instagram oraz w GDN.

5. WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I OBOWIĄZKI WYKONAWCY

5.2. Przygotowanie realizacji działań promocyjnych w Internecie.

- 5.2.1. Wykonawca dokona analizy serwisów internetowych i kanałów pod kątem ich dostosowania do mediowych grup docelowych, celów i tematyki kampanii PIP. Na tej podstawie Wykonawca opracuje strategię realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie, zwaną dalej „**Strategią**”. Ze względu na specyfikę mediowych grup docelowych, Wykonawca zastosuje podejście „mobile first” z jednoczesnym zagwarantowaniem responsywności wszystkich form reklamy. Strategia będzie zawierać przynajmniej: założenia kampanii, wyjaśnienie, w jaki sposób Wykonawca zapewni dotarcie do mediowych grup docelowych kampanii oraz realizację jej celów np. poprzez kierowanie reklam, wykluczanie miejsc emisji, podanie miejsc emisji reklam wraz z uzasadnieniem poszczególnych miejsc emisji i form reklamy w odniesieniu do mediowych grup docelowych oraz ich tematyki, ewentualny sposób dostosowania filmów reklamowych do mediowych grup docelowych oraz realizacja zaoferowanych przez Wykonawcę wskaźników.
- 5.2.2. Wykonawca opracuje szczegółowy media plan działań promocyjnych Kampanii w Internecie, zwany dalej „**Media Planem**”, z uwzględnieniem m.in. planowanych wskaźników dotarcia do mediowych grup docelowych z podziałem na serwisy internetowe wraz z datami planowanych emisji reklam. Po akceptacji Media Planu przez Zamawiającego Wykonawca zrealizuje działania promocyjne kampanii w Internecie – tj. zakupi emisję reklam.

- 5.2.3. Żadna z reklam nie może wprowadzać odbiorców w błąd, a ich treść i sposób wyświetlania ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza mediowych grup docelowych.
 - 5.2.4. Wykonawca przygotowuje łącznie minimum 6 reklam video oraz minimum 3 bannery, które będą wyświetlane rotacyjnie w mediach społecznościowych i w GDN.
 - 5.2.5. Każda reklama, jeżeli jest to możliwe, powinna zawierać przycisk do przekierowania na stronę kampanii www.prawawpracy.pl. Wykonawca o takiej możliwości lub jej braku, poinformuje Zamawiającego w Media Planie.
 - 5.2.6. Wszystkie reklamy video powinny zostać przygotowane w dwóch wersjach: z dźwiękiem oraz z napisami i dźwiękiem.
 - 5.2.7. Wszystkie reklamy muszą być zgodne ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego.
 - 5.2.8. W celu uniknięcia emisji reklam w środowisku, które mogłyby negatywnie wpłynąć na odbiór reklamy i wizerunek urzędu oraz w miejscach, które nie są adresowane do mediowych grup docelowych Wykonawca wykluczy kanały i filmy niezgodne z wytycznymi Zamawiającego.
- 5.3. Działania promocyjne kampanii w Internecie – emisja reklam w Internecie. Zapewnienie monitorowania przebiegu działań promocyjnych kampanii w Internecie oraz podsumowanie ich efektywności i przedstawienie wyników w postaci raportu.
 - 5.3.1. Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przed rozpoczęciem emisji poszczególnych form reklam skonfiguruje narzędzia do zbierania statystyk strony www.prawawpracy.pl, w sposób umożliwiający śledzenie wejść ze wszystkich form prowadzonych działań promocyjnych w Internecie.
 - 5.3.2. Wykonawca zapewni Zamawiającemu przynajmniej bierny dostęp do narzędzi reklamowych (przynajmniej do odczytu) w celu bieżącego podglądu ustawień reklam oraz efektów działań promocyjnych kampanii w Internecie i do samodzielnego generowania raportów.
 - 5.3.3. Opracowanie raportu zawierającego podsumowanie i szczegóły realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie, w tym co najmniej informowanie nt. uzyskanych wskaźników wraz z udokumentowaniem opublikowanych poszczególnych form reklam w postaci zrzutów ekranu (screenshots), porównania realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie ze Strategią realizacji oraz założonych parametrów medialnych z faktycznie uzyskanymi w czasie trwania działań promocyjnych, wniosków z

emisji reklam wraz z rekomendacjami.

5.4. Pozostałe uwagi dotyczące przedmiotu zamówienia

5.4.1. Przy realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie Zamawiający wyklucza: wyświetlanie reklam w kontekście materiałów, które mogłyby w niekorzystny sposób oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.

5.4.2. Wykonawca zapewni zablokowanie możliwości komentowania reklam wszędzie, gdzie jest to technicznie możliwe.

5.4.3. Działania w ramach działań promocyjnych kampanii w Internecie muszą być prowadzone tylko dla mediowych grup docelowych, wyłącznie polskojęzycznych odbiorców mieszkających na terenie Polski.

5.4.4. W przypadku wycofania przez YouTube, Instagram, TikTok ww. rodzajów reklam zamawianych przez Zamawiającego, Wykonawca powiadomi o tym Zamawiającego i zaproponuje inne, dostępne rodzaje reklam wideo o możliwie podobnym czasie trwania i sposobie wyświetlania. Po uzyskaniu zgody Zamawiającego Wykonawca przygotowuje zamienniki reklam do emisji po akceptacji Zamawiającego wyemituje je zamiast wycofanych przez dany serwis społecznościowy reklam.

6. PRZYKŁADOWE PROJEKTY IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ PRZYGOTOWANE NA POTRZEBY KAMPANII „LEGITNA PRACA”.

6.1. Logo kampanii PIP – przykładowe wersje

legitna praca.

**legitna
praca.**

6.2. Materiały filmowe - animacje (animowane plansze) 30 s, linki:

- https://www.youtube.com/watch?v=ev7SRf2g1pU&list=PLDywlKy2CpAcllrztG4_veJ7UgrHqxUWP&index=1
- https://www.youtube.com/watch?v=3YYx9mP5F58&list=PLDywlKy2CpAcllrztG4_veJ7UgrHqxUWP&index=2
- https://www.youtube.com/watch?v=9lAttjq1naE&list=PLDywlKy2CpAcllrztG4_veJ7UgrHqxUWP&index=3
- https://www.youtube.com/watch?v=QaEwerEBE9A&list=PLDywlKy2CpAcllrztG4_veJ7UgrHqxUWP&index=4

6.3. Przykładowe bannery animowane





6.4. Przykładowe infografiki

legitna praca.
www.prawawpracy.pl

Zatrudniasz w wakacje? Zatrudnij zgodnie z prawem!

Kim są pracownicy młodociani?

To pracownicy w wieku 15-18 lat.

Co muszą zrobić, zanim ich zatrudnisz?

Upewnij się, że mają skrócone 16 lat, wyjdź do lekarza po świadectwo potwierdzające, że praca, którą chcesz im powierzyć, nie zagraża ich zdrowiu. Przeprowadź im szkolenie bhp.

A jaką pracę mogą wykonywać?

Wyłącznie pracę lekką.

Lekką, czyli?

Taką, która nie powoduje zagrożenia dla życia, zdrowia i rozwoju psychofizycznego. Nie ma przeszkadza w wykonywaniu obowiązków szkolnych. Może to być np. zbieranie owoców, sprzątanie wnętrza i pomieszczeń.

Czy są jeszcze jakieś ograniczenia?

Pracownicy młodociani nie mogą pracować w godzinach nadliczbowych ani w godzinach nocnych. Szesnastoletni i starsi mogą pracować do 7 godzin na dobę, a młodsi – do 6 godzin.

No dobra, a jak z wynagrodzeniem?

Przynajmniej minimalne stawki. W 2023 roku to 22,80 zł brutto za godzinę na umowę zlecenia lub 3 490 zł brutto miesięcznie przy umowie o pracę.

legitna praca.
prawawpracy.pl

umowa o pracę VS umowa zlecenie

1. Wykonywanie określonego rodzaju pracy na rzecz pracodawcy oraz w miejscu i w czasie przez niego wyznaczonym.
2. Dobrowolne podporządkowanie się pracodawcy, realizacja jego poleceń. Osobnie, wykonywanie pracy przez pracownika.
3. Minimalne wynagrodzenie za pracę w 2023 roku to 3 490 zł brutto miesięcznie.
4. Do umowy mają zastosowanie przepisy Kodeksu pracy.
5. Umowa o pracę powinna być zawarta na piśmie.
6. Jeśli umowę zawarto bez zachowania formy pisemnej, pracodawca przed dopuszczeniem pracownika do pracy potwierdza mu na piśmie ustalenia co do stron umowy, jej rodzaju oraz warunków.

1. Zleceniobiorca sam decyduje o miejscu i czasie wykonania zlecenia. Zlecione czynności może wykonywać osoba trzecia.
2. Nie ma podległości służbowej pomiędzy zleceniobiorcą i zleceniodawcą.
3. Minimalna stawka za godzinę pracy na zlecenie wynosi w 2023 roku 22,80 zł brutto.
4. Zleceniobiorcy przysługują prawa wynikające z treści umowy, z zachowaniem przepisów Kodeksu cywilnego.
5. Umowa zlecenia może być zawarta w dowolnej formie, w tym pisemnej, elektronicznej i ustnej.
6. Zalecane jest zachowanie formy pisemnej, by w ewentualnym postępowaniu sądowym łatwiej wykazać zawarcie umowy zlecenia.

6.5. Plakaty kampanii



Wybrane filmy, pliki z materiałami (zestawy bannerów animowanych wraz identyfikacją wizualną) są do pobrania ze strony kampanii www.prawawpracy.pl. Wszystkie materiały zostaną przekazane Wykonawcy wyłonionemu w toku planowanego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.