

Warszawa, 13.08.2018 r.

Biuro Projektu: Science2Business
Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w
Warszawie ul. Dewajtis 5
01-815 Warszawa
Tel: 22 5618946

ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT NR 1/Science2Business
(dot. Usługi przygotowania i wdrożenia innowacyjnej platformy
upowszechniającej wyniki badań naukowych wraz z aplikacją mobilną)

I. Zamawiający

Fundacja Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w
Warszawie ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
NIP: 1182147027
REGON: 36754201800000

II. Tryb postępowania

Zasada konkurencyjności

III . CELE I ZAŁOŻENIA

1. Cele i uzasadnienie projektu

Kluczowym celem projektu Science2Business (**S2B**) jest upowszechnianie działalności naukowej pracowników Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie oraz włączenie sfery biznesu do procesu tworzenia i wdrażania innowacji w ramach działalności naukowo-badawczej prowadzonej na UKSW.

Realizacja projektu wpisuje się w cele statutowe Fundacji Rozwoju Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Jednym z kluczowych celów działalności Fundacji jest wspieranie kadry naukowej UKSW w zakresie pozyskiwania i realizacji projektów badawczych oraz w zakresie upowszechniania wyników działalności naukowo-badawczej Uniwersytetu.

2. Rezultaty projektu

Efektem realizacji projektu będzie interaktywna platforma internetowa, która zostanie wykorzystana do upowszechniania wyników działalności naukowej pracowników Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Platforma posłuży nie tylko do informowania o wynikach badań prowadzonych na UKSW, ale również zostanie wykorzystana do budowania relacji ze sferą biznesu. Specjalnie opracowane narzędzia platformy umożliwią przedsiębiorcom nawiązywanie współpracy z zespołami badawczymi UKSW oraz zgłaszanie swoich potrzeb do Biura Badań Naukowych Uczelni.

Dzięki ww. rozwiązaniu platforma będzie:

- popularyzowała wyniki badań,
- pokazywała możliwości wdrożeń osiągniętych rozwiązań,
- przyjmowała od biznesu propozycje tematów badawczych w celu ich realizacji przez naukowców UKSW.

Ważną częścią prac nad platformą będzie opracowanie materiałów upowszechniających badania prowadzone na UKSW. Materiały te zostaną opracowane z wykorzystaniem nowoczesnych form przekazu i zostaną dostosowane językowo i merytorycznie do różnych grup odbiorców. Tak więc ważnym rezultatem projektu będzie opracowanie portfolio naukowców, zespołów naukowych i jednostek naukowych UKSW, a także przygotowanie materiałów upowszechniających działania badawczo-naukowe (m.in. artykuły, wywiady i video-reportaże).

3. Grupa docelowa i zasięg projektu

Grupą docelową projektu jest środowisko naukowe, studenci, dziennikarze zajmujący się tematyką nauki oraz przedsiębiorcy, którzy będą mogli wdrożyć wyniki badań naukowych UKSW do gospodarki.

Planowany zasięg upowszechniania obejmuje 3 grupy terytorialne. Pierwsza grupa to Polska, druga to Unia Europejska, trzecia to inne kraje, w szczególności reprezentujące Azję i Amerykę Północną. Z tego powodu w ramach projektu materiały upowszechniające zostaną przygotowane i opublikowane w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Po zakończeniu projektu planowana jest rozbudowa platformy o kolejne języki – z tego powodu system zostanie przygotowany do obsługi wielojęzycznego kontentu.

4. Kluczowe zadania

Zadania dla części merytorycznej:

- **Portfolio naukowe** – zbiór zasobów naukowych UKSW. Podstawowym celem zadania jest przedstawienie wyników badań uczelni w nowoczesny i atrakcyjny sposób dla różnych grup odbiorców. Zostanie przedstawionych ok. 200 naukowców, zespołów naukowych i jednostek naukowych Uczelni. Każde portfolio zostanie specjalnie zredagowane i przedstawione językiem korzyści właściwym dla określonej grup odbiorców. Jedno portfolio będzie się składało z następujących elementów: nazwa (imię lub nazwisko naukowca, nazwa zespołu naukowego lub nazwa jednostki naukowej), foto (wszystkich osób biorących udział w projekcie), dziedzina i dyscyplina, badania naukowe (czym się zajmuje), wdrożenia (jakie dokonał lub jakie może wdrożyć dla gospodarki), oferta komercyjna, kontakt, media społecznościowe, tagi.
- **Case studies** – zbiór artykułów, wywiadów i video-reportaży dot. realizowanych przez UKSW projektów naukowo-badawczych. Znajdą się tutaj ciekawe opisy prawdziwych historii tworzenia innowacji. W case studies zostanie zamieszczonych: 200 artykułów i wywiadów oraz 15 video-reportaży. W każdym materiale znajdą się informacje o celach projektu, korzyściach projektu, historii realizacji, informacje o osiągniętych innowacjach i unikalnych rozwiązaniach.
- **Blogi** – zbiór regularnie publikowanych tekstów przygotowanych przez naukowców UKSW z zakresu dziedzin nauki, którymi się zajmują. Blogi będą omawiały konkretny problem naukowy lub zjawisko.

Zadania dla części technicznej i marketingowej:

- **Interaktywna platforma działająca w modelu SaaS.** Ważną częścią projektu jest przygotowanie i wdrożenie dedykowanej platformy służącej do prezentacji wszystkich przygotowanych treści oraz do realizacji funkcjonalności określonych w projekcie. Jako główne elementy funkcjonalne platformy można wskazać: prezentacja portfolio naukowego z wykorzystaniem różnych szablonów treści, prezentacja materiałów upowszechniających (artykuły, wywiady i video-reportaże) w sekcji Case studies, możliwość dowolnego łączenia (tworzenia referencji) do zasobów w ramach platformy oraz do zasobów zewnętrznych wobec platformy, integracja zasobów platformy z mediami społecznościowymi, pełna możliwość zarządzania wszystkimi materiałami i wszystkimi parametrami systemu z poziomu modułu administracyjnego, obsługa tworzenia wersji językowych (tworzenie nowego interfejsu i klonowanie zasobów), przygotowanie platformy zgodnie z zasadami Responsive Web Design. Kluczowymi dla platformy rozwiązaniami wspierającymi upowszechnianie nauki będą: wyszukiwarka portfolio oraz formularz zgłoszeniowy służący do zgłaszania tematów badawczych. Wyszukiwarka portfolio umożliwi zaawansowane wyszukiwanie oraz sortowanie zasobów bazy portfolio. Wyszukiwarka jako narzędzie zostanie dostosowana głównie do potrzeb i specyfiki użytkowników reprezentujących naukę oraz sferę biznesu, a jej podstawowym celem będzie precyzyjne wyszukiwanie i prezentowanie wyników badań. Drugie narzędzie posłuży do szybkiego kontaktowania się z właściwym zespołem naukowym na UKSW. Osoba przeglądająca zasoby platformy, po wybraniu właściwego zespołu badawczego lub po znalezieniu interesujących ją wyników badań, będzie mogła bardzo szybko skontaktować się z właściwymi osobami na Uczelni. Odpowiednie formularze zostaną zamieszczone kontekstowo w różnych miejscach platformy.
- **Aplikacje mobilne na iOS i Android.** Jako że system będzie działał w modelu SaaS (Software as a Service), w ramach projektu powstaną aplikacje mobilne działające w środowiskach iOS i Android. Aplikacje będą zintegrowane z interaktywną platformą internetową. Oznacza to, że wszystkie materiały upowszechniające oraz funkcjonalności będą dostępne również w aplikacjach mobilnych. Dodatkowo aplikacja zostanie wykorzystana do szybkiego nawiązywania kontaktu pomiędzy sferą biznesu a właściwym zespołem badawczym Uniwersytetu. Użytkownik aplikacji będzie mógł zgłosić propozycję projektu badawczego lub chęć współpracy w zakresie wdrożenia bezpośrednio z poziomu aplikacji, tj. z wykorzystaniem wewnętrznego komunikatora.
- **Działania SEM, SEO, PPC, Social Media.** Ważnym elementem działań istotnym z punktu widzenia celów związanych z upowszechnianiem projektu oraz gwarantującym dotarcie do końcowych użytkowników są działania powiązane z marketingiem internetowym. W ramach tych działań zostaną przeprowadzone prace związane z SEM (Search Engine Marketing), SEO (Search Engine Optimization), PPC (Pay Per Click) oraz Social Media. W ramach SEO zostaną przeprowadzone działania optymalizacyjne zawartości platformy w celu ich skutecznej widoczności w wyszukiwarkach internetowych. Działania te będą prowadzone długofalowo i systematycznie. W ramach działań SEM projekt skoncentruje się na działaniach promocyjnych, których celem będzie wysoka pozycja platformy w zasobach Google.pl oraz w zasobach Google wybranych krajów UE. Kampanie PPC – rozumiane jako koszt za kliknięcie – umożliwią dotarcie do najtrudniejszej grupy odbiorców, czyli sfery biznesu. Z kolei działania w Social Media zapewnią świadomość marki Science2Business, zwiększenie ruchu na platformie oraz budowanie lojalnej społeczności. W wyniku wszystkich ww. działań zostaną zrealizowane wskaźniki projektu, o których mowa w punkcie IV opisu projektu Science2Business, w szczególności wskaźniki ilościowe.

IV. Opis przedmiotu zamówienia

KONCEPCJA SYSTEMU

1. Przygotowanie dedykowanej platformy dla Fundacji Rozwoju UKSW według wytycznych zamawiającego. W ramach usługi należy uwzględnić:
 - A. Opracowanie specyfikacji funkcjonalnej interaktywnej platformy Science2Business
 - B. Opracowanie koncepcji graficznej (w tym: identyfikacja wizualna projektu, layout platformy, layout aplikacji mobilnych) do 31.08.2018
 - C. Przygotowanie szablonów treści HTML do 15.09.2018
 - D. Programowanie funkcjonalności platformy 30.10.2018
 - E. Wdrożenie, testy, konfiguracja platformy na serwerze produkcyjnym 15.11.2018
 - F. Programowanie dwóch wersji aplikacji mobilnych (wersje natywne dla iOS i Android) 30.11.2018
 - G. Testy aplikacji mobilnych w środowisku SaaS 15.12.2018
 - H. Szkolenia pracowników z zakresu obsługi platformy 20.12.2018
 - I. Rozwój platformy o nowe funkcjonalności w ramach potrzeb zamawiającego do 31.12.2019 r
 - J. Support systemu do 31.12.2020 roku

- 1.1. Struktura kontentu
Działy (produkty) projektu:

Portfolio wraz „n” zbiorem artykułów naukowych [(tekst z nagłówkami, galeria, pliki do pobrania, tabele, referencje etc.)

case studies [artykuł prasowy] – to zbiór artykułów, gdzie 1 artykuł = 1 news; w systemie blog [artykuł naukowy] – to zbiór krótkich artykułów (blogów naukowych), gdzie 1 artykuł to 1 wpis

Blogi

Materiały Video będący integralną częścią materiału marketingowego.

2. Podstawowe funkcjonalności systemu

Przygotowanie systemu CMS, z którym są zintegrowane aplikacje mobilne.

- prezentacja treści – prezentacja treści musi być zgodna z charakterem merytorycznym trzech działów CMS (3 typy artykułów: artykuł prezentacja, artykuł prasowy, blog naukowy) oraz obejmować wskazane dla danego typu artykułu prezentacją dodatkowych obiektów: fotografie, galerie, pliki do pobrania etc.
- tagowanie – możliwość tagowania artykułu przez autora artykułu, tagi są widoczne na stronie każdego artykułu, tagi są aktywne (prowadzą do karty taga); tag rozumiany jest jako słowo klucz. Bazą tagów zarządza redaktor. Autor artykułu korzysta z gotowej bazy tagów.
- wyszukiwarka – występuje w wersji uproszczonej (samo pole tekstowe) oraz rozszerzone umożliwiające konkretyzację wyszukiwania (dodatkowe filtry). Wersja podstawowa wyszukuje w trzech działach CMSa. Po prawej stronie wyszukiwarki znajduje się filtr „w całym serwisie”, który daje możliwość szukania w całym serwisie lub zawężenia wyszukiwania do 1 z 3 działów serwisu. Pod wersją uproszczoną wyszukiwarki znajduje się przycisk do wyszukiwania zaawansowanego. Wyszukiwanie zaawansowane (dostępne tylko dla wersji desktopowej) otwiera okno modalne, na którym znajdują się: prosta wyszukiwarka o budowie jw. oraz 3 grupy przycisków: lista naukowców, lista dziedzin, lista tagów. Rekomendacje dot. wersji rozszerzonej znajdują się niżej.
- tworzenie odniesień do innych artykułów – pod każdym artykułem znajdzie się sekcja marketingowa „Polecamy”. Są to wybrane przez redakcję i powiązane z danym artykułem artykuły polecane. Jako artykuły powiązane mogą wystąpić artykuły wewnętrzne (w ramach serwisu), jak i zewnętrzne (linki odsyłające poza serwis).

Sekcją zarządza redaktor serwisu, maksymalna liczba odniesień to 6. Każde odniesienie jest przedstawione w postaci fotografii oraz tekstu (leadu). Zawartość sekcji „Polecamy” jest unikalna dla artykułu. Oznacza to, że sekcja ta jest tworzona oddzielnie dla każdego artykułu.

- wielojęzyczność – system musi umożliwiać tworzenie wersji językowych systemu (kilkadziesiąt języków). Dodanie kolejnego języka musi być powiązane z mechanizmem klonowania istniejącej w systemie struktury treści oraz istniejącego kontentu. Czyli po zdefiniowaniu nowego języka, musi istnieć przypisanie do niego struktury i kontentu z innego języka. Domyślna dla systemu będzie wersja polska. Struktura treści wersji językowych powinna być analogiczna, zarówno co do liczby elementów struktury, jak również analogii merytorycznej rekordów. Funkcjonalność systemu musi wspierać sytuację, kiedy struktury wersji językowych nie pokrywają się (występują inne struktury, inne liczby rekordów, nie ma powiązania merytorycznego pomiędzy rekordami).
- integracja z mediami społecznościowymi – w systemie muszą zostać zaimplementowane wszystkie narzędzia do integracji z mediami społecznościowymi: (a) adresy mediów społecznościowych projektu (jako ikony), (b) narzędzia do szerowania przy artykułach, (c) social plugin, np. facebook comments plug. Ten ostatni powinien być załączany do każdego artykułu – niezależnie od działu serwisu. Jego uaktywnienie jest opcją, którą zarządza redaktor serwisu (domyślna wartość „nie”).
- zarządzanie SEO – wprowadzenie rozwiązań umożliwiających łatwe i pełne zarządzanie elementami kodu strony. Należy wdrożyć 6 elementów: (a) definiowanie adresu strony URL (tu liczba znaków możliwie długa), (b) definiowanie metatagów: title, description, keywords (tu także wprowadzenie uprawnień – wprowadzenie title powoduje, że system automatycznie wypełnia kolejne dwa takie danymi z pola „title”), (c) stosowanie protokołu Open Graph (do każdego artykułu), (d) konsekwentne stosowanie struktury headerów h1, h2 etc. (do poruszania się przez niedowidzących), (e) stosowanie opisowych nazw wszystkich plików, np. projekt-naukowy.jpg zamiast plik12.jpg, (f) możliwość wprowadzania atrybutu „alt” podczas wprowadzania plików.
- komunikator S2B – wizualnie na stronie powinien być prezentowany w konwencji bota. W przypadku stosowania określeń słownych, funkcjonalność tę można nazywać „współpraca”. Narzędzie dostępne w winiecie strony oraz na stronach portfolio prezentowanie w formacie CTA (buton). Po uaktywnieniu funkcji pojawia się okno analogiczne do chatbota, do którego użytkownik może wprowadzić informację o chęci współpracy. W momencie kiedy użytkownik wprowadzi informację z poziomu strony głównej lub strony niepowiązanej z zespołem badawczym, informację zamieszczoną w komunikatorze (chatbocie) traktujemy jako ogólną – i trafia ona do zespołu redakcyjnego. Kiedy użytkownik skorzysta z chatbota na stronie artykułu, informacja ta jest kierowana do zespołu badawczego, którego dotyczy tekst (URL). Komunikator (chatbot) działa w ramach systemu, tzn. w wyniku wysłania wiadomości jest on dystrybuowany do konkretnych użytkowników systemu, a nie jest wysyłany np. poprzez maila. Zasada jest taka, że użytkownik wprowadza informację, a odbiorca może ją odebrać na 2 sposoby: (a) w systemie CMS (po zalogowaniu widzi informację), (b) w aplikacji mobilnej jako powiadomienie. Pola komunikatora: temat, imię i nazwisko, instytucja, telefon, mail. Pole obowiązkowe to temat i mail. Zastosowanie reCaptacha.

Zakładanie konta – każdy użytkownik może zakładać konto z poziomu front-endu. Konto daje możliwość prowadzenia bloga.

Podstawowe funkcjonalności aplikacji mobilnych dla projektu (front end):

- Wersje: Android oraz iOS
- Aplikacje są zasilane z poziomu systemu back endu CMSa.
- Aplikacja realizuje dwie funkcjonalności: (a) informacyjną – prezentacja wszystkich, tj. z 3 działów, artykułów dostępnych w wersji webowej (b) interaktywna – nawiązanie współpracy z zespołem badawczym – zasada działania analogiczna jak w wersji webowej
- Konwencja layoutu aplikacji: serwis informacyjny plus możliwość interakcji (nawiązanie współpracy)

Wybrane zagadnienia dot. modułu administracyjnego (back end):

- Wyróżniamy dwa typy administratorów: (a) pracownik naukowy – dostęp do zasobów wybranych elementów systemu, np. portfolio, (b) administrator uczelniany – dostęp do wszystkich zasobów, (c) super admin – dostęp do wszystkich zasobów oraz do funkcjonalności konfiguracyjnych system
- System powinien prezentować z poziomu back-endu adres edytowanej strony (front-endu) – chodzi o możliwość szybkiego podglądu zmian (dla administratorów, którzy nie znają adresu edytowanej strony)
- Prezentacja historii pracy nad rekordem; informacja: kto, kiedy, skąd.
- Na liście rekordów powinny być 2 daty: data powstania rekordu i data ostatniej edycji.

Stosowane normy i standardy

- HTML 5
- Mobile first
- Responsive Web Design
- Page Speed
- Google Design
- SSL

V. Termin realizacji zamówienia

1. Termin: do dnia 31.12.2018 r. Przy czym termin realizacji zamówienia rozumie się jako termin oddania systemu wraz z funkcjonalnościami do uploadu wszystkich materiałów po wszystkich poprawkach systemu przedstawionych przez Zamawiającego.

VI. Opis sposobu przygotowania ofert

1. Oferta powinna być przedłożona na formularzu cenowym, stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego Zaproszenia do składania ofert, opatrzona pieczęcią firmową, posiadać datę sporządzenia oraz podpis Oferenta.
2. Oferta powinna być przesłana za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres m.jendryczka@uksw.edu.pl, pocztą tradycyjną, kurierem lub dostarczona osobiście na adres: Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, ul. Dewajtis 5/97 Warszawa do dnia 20.08.2018 do godz. 12.30. Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego o godz. 12.45.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać ofertę.
5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

VII. Wykaz wymaganych dokumentów:

- 1.formularz ofertowy (zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik Nr 1),

VIII. Ocena ofert

Przy dokonywaniu wyboru ofert Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami i jego znaczeniem:

Lp.	Opis kryteriów i sposób oceny	waga
1.	Cena Maksymalną liczbę punktów (60 pkt.) uzyska oferta z najniższą ceną. Pozostałe oferty otrzymają proporcjonalnie niższą liczbę punktów.	60%
2.	Doświadczenie Zamawiający przyzna następującą punktację za doświadczenie. W realizacji dedykowanych platform internetowych opartych na indywidualne zapotrzebowanie Zamawiających oraz aplikacji mobilnych (nie uwzględnia się rozwiązań typu open source). Należy podać adresy www platform, które zostaną poddane analizie: - od 1 do 4 platform – 10 pkt. - od 5 do 9 platform – 20 pkt. - powyżej 10 platform – 40 pkt.	40%

1. Kryteria oceny ofert:

- 1) Cena – 60 %
- 2) Doświadczenie – 40 %

2. Sposób oceny oferty

Kryterium „cena” – poszczególnym Oferentom zostaną przyznane punkty za cenę brutto w skali 1:60, obliczone wg wzoru:

najniższa oferowana cena brutto
 $C = \frac{\text{cena oferty badanej brutto}}{\text{najniższa oferowana cena brutto}} \times 60 \text{ pkt}$
cena oferty badanej brutto

Kryterium „doświadczenie”:

Poszczególnym Oferentom zostaną przyznane punkty za doświadczenie zgodnie z Opisem kryteriów i sposobem oceny, ujętym w tabeli.

Wykonawca może otrzymać maksymalnie 100 pkt. Wartość punktową podaje się w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, który otrzyma najwyższą ilość punktów mając na uwadze powyższe kryteria.

IX. Dodatkowe informacje

Dodatkowe informacje udzielane są pod adresem e-mail: m.jendryczka@uksw.edu.pl

X. Informacja o rozstrzygnięciu

Informacja o rozstrzygnięciu postępowania zostanie zamieszczona na stronie internetowej pod adresem fundacja.uksw.edu.pl oraz przesłana oferentom na adres e-mail wskazany przez nich w ofercie.

XI. Odrzucenie ofert

Zamawiający zastrzega sobie wyłączenie oferenta z niniejszego postępowania w przypadku:

1. niespełnienia warunków udziału w postępowaniu;
2. niezgodności oferty z niniejszym zapytaniem;
3. niezgodność realizowanych dotychczas przez Wykonawcę dedykowanych systemów w stosunku do wymaganego przez Zamawiającego doświadczenia,
4. przedstawienia przez Wykonawcę informacji nieprawdziwych.

XII. Unieważnienie postępowania

Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania bez podania przyczyny.

XIII. Wykaz załączników do Zaproszenia do składania ofert:

Załącznik 1 – Opis przedmiotu zamówienia oraz Funkcjonalność oprogramowania

Załącznik 2 – Wzór Protokołu Odbioru Etapu Końcowego

Załącznik 3 – Formularz Ofertowy

Załącznik 4 – Wzór Umowy