

III

ТЕХНИЧКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ

1. Квалитет

Понуђач је дужан да услугу праћења медијских објава у штампаним и електронским медијима са анализом садржаја изврши професионално и у роковима које наручилац одреди.

2. Начин и Рок испоруке

Понуђач је дужан да доставу извештаја врши до 8:15 часова радним даном, а викендом до 10:00 часова, електронским путем.

Извештаје настале праћењем штампаних и електронских медија понуђач доставља у следећим форматима:

- PDF(активан текст), DOC и JPEG формату за штампане медије;

- За електронске медије, извештај садржи видео клип и транскрипт дела емисије са резимеом садржаја по кључним речима са могућношћу накнадног достављања целог садржаја по захтеву;

- Извештаји са информацијама са Интернета достављају се у текстуалном формату са објављеном фотографијом или у JPEG формату као приказ WEB странице на којој је објављена информација, уз одговарајући URL извора.

За видео clipping понуђач је дужан да на дефинисани е-mail наручиоца, и до рока који је дефинисан, достави URL адресу на којој се може видети и преузети видео клип у FLV формату директно са сајта понуђача, најкасније један сат по завршетку емисије.

Понуђач, поред свакодневног достављања извештаја, на недељном нивоу доставља архиву достављених извештаја за претходну недељу на DVD-у са свим материјалима. Достава архивираног материјала врши се петком.

Понуђач доставља СМС поруке, у случају објављивања прилога са негативном конотацијом, на одређене корисничке бројеве са детаљним сажетим извештајем о тексту, аутору, наслову и извору. Аларм из дневне штампе доставља се најкасније до 07:00 часова на дан објаве, а из електронских медија најкасније 30 минута након емитовања.

3. Израда медијске анализе

Недељна и периодична, квалитативна анализа медијског садржаја са израчунатом ПР вредношћу, у складу са потребама наручиоца.

4. Провера квалитета пружања услуга

Наручилац и понуђач ће на крају сваког месеца проверити квалитет пружених услуга и по потреби кориговати план и обим пружања услуга.

Свака корекција плана сматра се валидном ако је донесена у писаној форми и потписана од стране лица овлашћених за заступање.

Питања треба упутити на адресу: Генерални секретаријат председника Републике, Андрићев венац 1. Београд, уз напомену „Објашњења – јавна набавка број 3/2015“ чији је предмет набавка услуге праћења медијских објава у штампаним и електронским медијима са анализом садржаја, предајом на Писарници наручиоца или путем факса на број 011/3621-717 и на e-mail: sstevanovic@predsednik.rs.

Тражење додатних информација и појашњења телефоном није дозвољено.

14. Додатна објашњења, контрола и допуштене исправке

Наручилац може да захтева од понуђача додатна објашњења која ће му помоћи при прегледу, вредновању и упоређивању понуда, а може да врши и контролу (увид) код понуђача односно његовог подизвођача.

Наручилац може, уз сагласност понуђача, да изврши исправке рачунских грешака уочених приликом разматрања понуде по окончаном поступку отварања понуда.

У случају разлике између јединичне и укупне цене, меродавна је јединична цена.

Ако се понуђач не сагласи са исправком рачунских грешака, наручилац ће његову понуду одбити као неприхватљиву.

15. Критеријум за доделу уговора

Одлука о додели уговора донеће се применом критеријума **економски најповољније понуде**.

Елементи критеријума су:

1. Укупна понуђена цена без ПДВ-а, из обрасца структуре цене (**максимум 40 пондера**),

2. Број медијских објава у току три дана пробног периода праћења медија: Пример презентације услуге праћења медијских објава у штампаним и електронским медијима за три дана у току трајања јавног позива, и то за дане **17. 18. и 19. 07. 2015. године**, по кључним речима као што је описано у предмету услуге, у складу са конкурсном документацијом (**максимум 30 пондера**),

Доказ: Број достављених медијских објава у току три дана пробног периода праћења медија доказује се доставом CD-а или DVD-а са свим медијским објавама за 17. 18. и 19. 07. 2015. године (пробни период) које се односе на задате кључне речи/синтагме и које испуњавају неопходне карактеристике услуга наведених у предмету услуге. Свака медијска објава треба да има свој редни број, а све медијске објаве које се односе на једну кључну реч/синтагму треба да буду груписане у једном фолдеру, по датумима и типу медија (штампани, електронски, радио и интернет), са видном назнаком каквог је карактера пронађена објава: позитивна, негативна или неутрална. Уколико се у једном тексту/транскрипту више пута помиње задата кључна реч/синтагма, такав текст/транскрипт ће се рачунати као једна медијска објава. Такође уколико се идентичан текст/транскрипт понавља више пута у току дана на истом медију, тава објава ће се рачунати као једна медијска објава, али је потребно навести број пронађених објава.

Уз пример презентације потребно је доставити анализу медијског садржаја за пробни период.

Понуђач који не достави тражени CD или DVD, неће добити пондере по овом елементу критеријума.

3. Референце понуђача:

Референце, као елемент критеријума, подразумевају укупан број закључених и реализованих уговора у 2014. години, чији је предмет пружање услуга праћења медијских објава у штампаним и електронским медијима (**максимум 30 пондера**).

Доказ: Изјава о референцама дата под пуном кривичном и материјалном одговорношћу са списком уговора у прилогу.

Избор најповољније понуде ће се вршити применом методологије за доделу уговора која је одређена следећим формулама:

1.А- број пондера за елемент критеријума понуђена цена – добије се применом формуле:

$$\frac{\text{Најнижа понуђена цена X 40}}{\text{Понуђена цена}}$$

2.Б – број пондера за елемент критеријума пробни период праћења медија добија се на следећи начин:

$$\frac{\text{Понуђени број прилога X 30}}{\text{Највећи понуђени број прилога}}$$

3.Ц – број пондера за елемент критеријума референце понуђача – добија се применом формуле:

$$\frac{\text{Понуђени број референци X 30}}{\text{Највећи понуђени број референци}}$$

Применом формуле код пондерисања, резултат са децималним бројем 0,5 и већим, заокружује се на следећи (виши) цео број.

Уговор ће бити додељен оном понуђачу чија понуда буде имала највећи укупан број пондера за наведене елементе критеријума А+Б+Ц (цене + пробни период + референце)

Максималан број пондера који понуда може имати јесте 100 пондера.

16. Елементи критеријума на основу којих ће наручилац извршити доделу уговора у ситуацији када постоје две или више понуда са истим бројем пондера

Уколико две или више понуда имају једнак укупан број пондера, уговор ће се закључити са понуђачем чија понуда има већи број пондера по основу елемента критеријума, по следећем редоследу:

1. Укупна понуђена цена;
2. Понуђени број прилога у пробном периоду.

У случају да две или више понуда и после употребе додатног елемента критеријума имају исти број пондера уговор ће бити додељен по систему жребања.

Сви понуђачи који су поднели понуде биће позвани да присуствују поступку доделе уговора путем жребања.

17. Поштовање обавеза које произилазе из важећих прописа

Понуђач је дужан да при састављању своје понуде попуни, потпише и овери изјаву (саставни део конкурсне документације) да је поштовао све обавезе које произилазе из важећих прописа о заштити на раду, запошљавању и условима рада, заштити животне средине, као и да понуђач гарантује да је ималац права интелектуалне својине.

Пристап архиви подразумева да је понуђач дужан да дозволи неограниченом броју клијената запослених код наручиоца, преглед пронађених објава током 24 часа са било које локације.

Пристап архиви се врши логовањем на WEB адресу понуђача путем корисничког имена и шифре (одређује наручилац).

Архива треба да буде организована тако да клијенту пружа што једноставнију претрагу објава по кључној речи, датуму, медију, аутору, наслову, садржају и другим „филтерима“.

Понуђач је дужан да обезбеди пристап комплетном емитованом програму телевизија које имају националну фреквенцију у Србији са могућношћу претраге појмова споменутих у централним информативним и дневним емисијама.

Извештаје настале праћењем штампаних и електронских медија понуђач доставља у следећим форматима:

- PDF (активан текст), DOC и JPEG формату за штампане медије;
- За електронске медије, извештај садржи видео клип и транскрипт дела емисије са резимеом садржаја по кључним речима са могућношћу накнадног достављања целог садржаја по захтеву;

- Извештаји са информацијама са Интернета достављају се у текстуалном формату са објављеном фотографијом или у JPEG формату као приказ WEB странице на којој је објављена информација, уз одговарајући URL извора.

Рок за доставу извештаја – Од понуђача се тражи да доставу извештаја врши до 8:15 часова радним даном, а викендом до 10:00 часова, електронским путем.

За видео clipping понуђач је дужан да на дефинисани е-mail наручиоца, и до рока који је дефинисан, достави URL адресу на којој се може видети и преузети снимак у FLV формату директно са сајта понуђача најкасније један сат по завршетку емисије, уколико је потребан снимак са бољом резолуцијом исти по захтеву наручиоца понуђач доставља на DVD-у.

Понуђач доставља СМС поруке, у случају објављивања прилога са негативном конотацијом, на одређене корисничке бројеве са детаљним сажетим извештајем о тексту, аутору, наслову и извору. Аларм из дневне штампе доставља се најкасније до 07:00 часова на дан објаве, а из електронских медија најкасније 30 минута након емитовања.

Достављање периодичних извештаја – Понуђач, поред свакодневног достављања извештаја, на недељном нивоу доставља архиву достављених извештаја за претходну недељу на DVD-у са свим материјалима. Достава архивираног материјала врши се петком. Достава годишње архиве свих објављених прилога врши се на DVD-у за потребе комплетирања архиве наручиоца.

Израда медијске анализе – недељна и периодична, квалитативна анализа медијског садржаја са израчунатом ПР вредношћу, у складу са потребама наручиоца.