**Załącznik nr 3**

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

1. Temat: **Doradztwo, konsulting, budowanie wizerunku oraz świadczenie zadań Rzecznika Prasowego Wojewódzkiego Centrum Szpitalnego Kotliny Jeleniogórskiej.**
2. Wykonawca w ramach umowy będzie m.in. zobowiązany do:

* świadczenia zadań Rzecznika Prasowego WCSKJ,
* promowania profilu w mediach społecznościowych Facebook i YouTube,

(m. in. opracowywanie postów, grafik ilustrujących posty, materiałów video)

* założenia i wypromowania profilu w innych mediach (Linkedin),
* wyznaczenia celów działań komunikacyjnych i PR,
* wsparcia działań medialnych i kontaktów z dziennikarzami,
* doradztwa z zakresu wizerunku Zleceniodawcy i jego wskazanych przedstawicieli,
* przygotowania i przedstawienia listy pomysłów na akcje promujące WCSKJ,
* wykonywania zdjęć oraz filmów promujących WCSKJ wg potrzeb,
* nadzoru i doradztwa w budowaniu wizerunku WCSKJ na stronie internetowej Centrum,
* doradztwa w zakresie komunikacji w sytuacjach kryzysowych,
* wsparcia w kreacji wydarzeń specjalnych komunikujących działalność Zleceniodawcy,
* przeprowadzenia 2 szkoleń dla personelu szpitala w zakresie komunikacji

z pacjentem.

1. Warunki, które musi spełnić Wykonawca w postępowaniu:

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca składający ofertę wykazał się posiadaniem wiedzy i doświadczenia z ostatnich 5 lat potwierdzone:

- co najmniej 2 referencjami z zakresu obsługi komunikacyjnej i PR podmiotów leczniczych,

- co najmniej 2 referencjami potwierdzającymi obsługę PR lub doradztwo w sytuacji kryzysowej,

- referencjami obsługi minimum 5 wydarzeń o potencjale medialnym (konferencje, konferencje prasowe, eventy),

- co najmniej 2 referencjami z zakresu szkolenia personelu podmiotu leczniczego.

1. Zamawiający wymaga, aby w zespole realizującym zadania była stała obecność minimum 1 specjalisty z doświadczeniem w zakresie komunikacji i public relations. Do oferty należy dołączyć notki bio osób wskazanych do realizacji umowy.
2. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca udokumentował doświadczenie w zakresie video marketingu. Materiały video powinny być własnej produkcji i komunikować potencjał podmiotu leczniczego. Materiały video należy dołączyć do oferty np. w postaci linku.

Data, miejscowość oraz podpis(-y): ……………………………………………………………………………..

***Dokument należy podpisać podpisem elektronicznym: kwalifikowanym, zaufanym lub osobistym bądź wydrukowany dokument podpisać własnoręcznie, zeskanować - załączyć do oferty poprzez platformę zakupową***