

(Wzór umowy)

UMOWA

zawarta w Krakowie pomiędzy:

a

.....
zwanym dalej „Wykonawcą”,
zwanymi dalej łącznie „Stronami”,
o następującej treści:

§1

Przedmiot umowy

1. Zamawiający powierza, a Wykonawca przyjmuje do wykonania Zamówienie polegające na przeprowadzeniu kampanii promocyjnych w Internecie wydarzeń, o których mowa w pkt 1-6 niniejszego ustępu (dalej zwanych łącznie „Kampaniami” lub pojedynczą „Kampanią”) o określonym budżecie na podstawie materiałów otrzymanych od Zamawiającego:
 - 1) wydarzeń cyklicznych pn: „Dni Owada”;
 - 2) „Jubileuszu 70-lecia Uniwersytetu Rolniczego”;
 - 3) wydarzeń cyklicznych pn: „Zasmakuj z URK”;
 - 4) rekrutacji na semestr zimowy;
 - 5) rekrutacji na semestr letni;
 - 6) wydarzeń cyklicznych pn: „Dzień Otwarty”,dla potrzeb Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie (dalej zwanej „Przedmiotem umowy”).
2. Usługa zostanie zrealizowana zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz na ustalonych umową warunkach.
3. Wykonawca zobowiązuje się wykonać usługę z zachowaniem najwyższej staranności, wymaganej dla tego rodzaju usługi.

§2

Termin wykonania

1. Kampanie będą realizowane:
 - w maju 2023 r. – dotyczy promocji wydarzenia „Dni Owada”;
 - w czerwcu 2023 r. – dotyczy promocji „Jubileuszu 70-lecia Uniwersytetu Rolniczego”;
 - przełom sierpnia/września 2023 r. – dotyczy wydarzenia „Zasmakuj z URK”;
 - od maja do października 2023 r. (okresowo - co pewien czas) – dotyczy promocji „Rekrutacji na semestr zimowy”;
 - w styczniu 2024 r. - dotyczy „Rekrutacji na semestr letni”;
 - w marcu 2024 r. – dotyczy promocji „Dnia Otwartego”.
2. Dokładne terminy prowadzenia poszczególnych kampanii będą uzgadniane z Wykonawcą telefonicznie. Zamawiający potwierdzi termin konkretnej kampanii pisemnie lub za pośrednictwem korespondencji e-mail, co najmniej 8 dni (kalendarzowych) przed rozpoczęciem prowadzenia danej kampanii.
3. Umowa zawierana jest na okres 12 miesięcy.

§ 3

Obowiązki Wykonawcy i warunki realizacji zamówienia

1. Zamawiający przekaze Wykonawcy wizualizacje graficzne reklam wydarzeń i rekrutacji, w terminie nie później niż 5 dni (kalendarzowych) przed rozpoczęciem prowadzenia konkretnej kampanii w § 1 ust. 1 pkt 1-6. W razie potrzeby Wykonawca zmodyfikuje grafikę, którą po akceptacji

Zamawiającego, może wykorzystać w Kampanii. Format i rozmiar graficzny reklamy zostaną ustalone z uwzględnieniem rekomendacji Wykonawcy.

2. Wykonawca jest zobowiązany do kompleksowej obsługi Kampanii, w tym do zarządzania i optymalizacji Kampanii celem maksymalizowania efektów (zmniejszenie kosztu za kliknięcie), zgłaszania sugestii odnośnie poprawienia treści kreacji reklamowych, wsparcia (sugestie) w przygotowanym opracowaniu słów kluczowych i fraz, oraz wykonania wszelkich czynności koniecznych do prawidłowego wykonania zamówienia, a nie wymienionych wprost w umowie.

[Kampania reklamowa wydarzenia pn.: „Dzień Otwarty”]

3. Celem kampanii promocyjnej wydarzenia pn.: „Dzień Otwarty” jest dotarcie do młodzieży szkół średnich przede wszystkim z województw: małopolskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego, śląskiego z ewentualnością drobnych modyfikacji w trakcie. Promocja wydarzenia „Dzień Otwarty” obejmuje kampanię reklamową w serwisie Facebook.
 - 1) Kampania wydarzenia „Dzień Otwarty” w serwisie Facebook, zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania będzie prowadzona za pośrednictwem fanpage’a;
 - b) kampania będzie prowadzona tylko z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych Facebook Ads;
 - c) wszystkie reklamy muszą być powiązane ze wskazaną przez Zamawiającego stroną kampanii lub z Fanpage kampanii i umiejscowione w aktualnościach na Facebooku;
 - d) kampania reklamowa będzie skierowana do użytkowników serwisu mieszkających w Polsce;
 - e) kampania powinna być prowadzona z użyciem targetowanych form reklamowych. Wykonawca powinien przygotować propozycje dotarcia do potencjalnych odbiorców. Propozycja powinna składać się, z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę elementów;
 - f) w trakcie realizacji kampanii wykonawca powinien zadbać o optymalizację kosztów i uzyskanie możliwie najlepszych wyników
 - 2) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję przeprowadzenia danej kampanii nie później niż 4 dni robocze przed terminem rozpoczęcia kampanii, wskazanym w sposób określony w §2 ust. 2 umowy (w zdaniu drugim). Propozycja powinna składać się z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę form reklamowych.
 - 3) Zamawiający zaakceptuje propozycję, o której mowa w pkt 2) lub wniesie do niej uwagi w terminie 2 dni roboczych od jej otrzymania.
 - 4) Kampania powinna być monitorowana w sposób pozwalający na jej efektywną optymalizację przez Wykonawcę.

[Kampania reklamowa wydarzenia pn.: „Dzień Owada”]

4. Celem kampanii promocyjnej wydarzenia pn.: „Dzień Owada” jest dotarcie do dzieci w wieku szkolnym, nauczycieli, rodziców, młodzieży zainteresowanej szerokokorozumianą tematyką przyrodniczą.

Promocja wydarzenia „Dzień Owada” obejmuje kampanię reklamową w serwisie Facebook.

- 1) Kampania wydarzenia „Dzień Owada” w serwisie Facebook, zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania będzie prowadzona za pośrednictwem fanpage’a;
 - b) kampania będzie prowadzona tylko z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych Facebook Ads;
 - c) wszystkie reklamy muszą być powiązane ze wskazaną przez Zamawiającego stroną kampanii lub z Fanpage kampanii i umiejscowione w aktualnościach na Facebooku;
 - d) kampania reklamowa będzie skierowana do użytkowników serwisu mieszkających w Polsce;
 - e) kampania powinna być prowadzona z użyciem targetowanych form reklamowych. Wykonawca powinien przygotować propozycje dotarcia do potencjalnych odbiorców. Propozycja powinna składać się, z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę elementów;
 - f) w trakcie realizacji kampanii wykonawca powinien zadbać o optymalizację kosztów i uzyskanie możliwie najlepszych wyników
- 2) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję przeprowadzenia danej kampanii nie później niż 4 dni robocze przed terminem rozpoczęcia kampanii, wskazanym w

sposób określony w §2 ust. 2 umowy (w zdaniu drugim). Propozycja powinna składać się z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę form reklamowych.

- 3) Zamawiający zaakceptuje propozycję, o której mowa w pkt 2) lub wniesie do niej uwagi w terminie 2 dni roboczych od jej otrzymania.
- 4) Kampania powinna być monitorowana w sposób pozwalający na jej efektywną optymalizację przez Wykonawcę.

[Kampania reklamowa „Rekrutacja na semestr zimowy”]

5. Celem kampanii promocyjnej pn: „Rekrutacja semestr zimowy” jest dotarcie do absolwentów oraz aktualnych uczniów ostatnich klas szkół średnich przede wszystkim z województw: małopolskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego, śląskiego z ewentualnością drobnych modyfikacji grupy docelowej w trakcie.

Promocja „Rekrutacji na semestr zimowy” obejmuje kampanię reklamową w serwisie Facebook, w wyszukiwarce Google oraz sieci handlowej Google.

- 1) Kampania „Rekrutacja semestr zimowy” w serwisie Facebook, zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania będzie prowadzona z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych Facebook Ads;
 - b) wszystkie reklamy muszą być powiązane ze wskazaną przez Zamawiającego stroną kampanii lub z Fanpage kampanii;
 - c) kampania reklamowa będzie skierowana do użytkowników serwisu mieszkających w Polsce;
 - d) kampania powinna być prowadzona z użyciem targetowanych form reklamowych. Wykonawca powinien przygotować propozycje dotarcia do potencjalnych odbiorców. Propozycja powinna składać się, z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę elementów;
 - e) w trakcie realizacji kampanii wykonawca powinien zadbać o optymalizację kosztów i uzyskanie możliwie najlepszych wyników
- 2) Kampania „Rekrutacja semestr zimowy” w wyszukiwarce Google oraz sieci handlowej Google zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania zostanie przeprowadzona z wykorzystaniem wyszukiwarki Google oraz reklamy banerowej na serwisach internetowych dobranych pod kątem grupy docelowej i uzgodnionych z Zamawiającym;
 - b) Kampania w wyszukiwarce Google powinna być przeprowadzona uwzględniając jej optymalizację w trakcie i uzyskanie możliwie najlepszych wyników.
- 3) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję przeprowadzenia danej kampanii nie później niż 4 dni robocze przed terminem rozpoczęcia kampanii, wskazanym w sposób określony w §2 ust. 2 umowy (w zdaniu drugim). Propozycja powinna składać się z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę form reklamowych.
- 4) Zamawiający zaakceptuje propozycję, o której mowa w pkt 3) lub wniesie do niej uwagi w terminie 2 dni roboczych od jej otrzymania.
- 5) Kampania powinna być monitorowana w sposób pozwalający na jej efektywną optymalizację przez Wykonawcę.

[Kampania reklamowa „Rekrutacja na semestr letni”]

6. Celem kampanii promocyjnej pn: „Rekrutacja na semestr letni” jest dotarcie do absolwentów studiów I i II stopnia przede wszystkim z województw: małopolskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego, śląskiego z ewentualnością drobnych modyfikacji grupy docelowej w trakcie.

Promocja „Rekrutacji na semestr letni” obejmuje kampanię reklamową w serwisie Facebook, w wyszukiwarce Google.

- 1) Kampania „Rekrutacja semestr letni” w serwisie Facebook, zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania będzie prowadzona z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych Facebook Ads;
 - b) wszystkie reklamy muszą być powiązane ze wskazaną przez Zamawiającego stroną kampanii lub z Fanpage kampanii;
 - c) kampania reklamowa będzie skierowana do użytkowników serwisu mieszkających w Polsce;
 - d) kampania powinna być prowadzona z użyciem targetowanych form reklamowych. Wykonawca powinien przygotować propozycje dotarcia do potencjalnych

- odbiorców. Propozycja powinna składać się, z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę elementów;
- e) w trakcie realizacji kampanii wykonawca powinien zadbać o optymalizację kosztów i uzyskanie możliwie najlepszych wyników
- 2) Kampania „Rekrutacja semestr letni” w wyszukiwarce Google zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania zostanie przeprowadzona z wykorzystaniem wyszukiwarki Google i być skierowana do grupy docelowej i uzgodnionych z Zamawiającym;
 - b) Kampania w wyszukiwarce Google powinna być przeprowadzona uwzględniając jej optymalizację w trakcie i uzyskanie możliwie najlepszych wyników.
 - 3) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję przeprowadzenia danej kampanii nie później niż 4 dni roboczych przed terminem rozpoczęcia kampanii, wskazanym w sposób określony w §2 ust. 2 umowy (w zdaniu drugim). Propozycja powinna składać się z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę form reklamowych.
 - 4) Zamawiający zaakceptuje propozycję, o której mowa w pkt 3) lub wniesie do niej uwagi w terminie 2 dni roboczych od jej otrzymania.
 - 5) Kampania powinna być monitorowana w sposób pozwalający na jej efektywną optymalizację przez Wykonawcę.

[Kampania reklamowa wydarzenia pn.: „Zasmakuj z URK”]

7. Celem kampanii promocyjnej wydarzenia pn.: „Zasmakuj z **URK**” jest dotarcie do rodzin z dziećmi, seniorów, osób interesujących się zdrową żywnością i aktywnością. Promocja wydarzenia „Zasmakuj z URK” obejmuje kampanię reklamową w serwisie Facebook.
- 1) Kampania wydarzenia „Zasmakuj z **URK**” w serwisie Facebook, zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania będzie prowadzona za pośrednictwem fanpage’a;
 - b) kampania będzie prowadzona tylko z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych Facebook Ads;
 - c) wszystkie reklamy muszą być powiązane ze wskazaną przez Zamawiającego stroną kampanii lub z Fanpage kampanii i umiejscowione w aktualnościach na Facebooku;
 - d) kampania reklamowa będzie skierowana do użytkowników serwisu mieszkających w Polsce;
 - e) kampania powinna być prowadzona z użyciem targetowanych form reklamowych. Wykonawca powinien przygotować propozycje dotarcia do potencjalnych odbiorców. Propozycja powinna składać się, z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę elementów;
- 2) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję przeprowadzenia danej kampanii nie później niż 4 dni robocze przed terminem rozpoczęcia kampanii, wskazanym w sposób określony w §2 ust. 2 umowy (w zdaniu drugim). Propozycja powinna składać się z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę form reklamowych.
- 3) Zamawiający zaakceptuje propozycję, o której mowa w pkt 2) lub wniesie do niej uwagi w terminie 2 dni roboczych od jej otrzymania.
- 4) Kampania powinna być monitorowana w sposób pozwalający na jej efektywną optymalizację przez Wykonawcę.

[Kampania reklamowa wydarzenia pn.: „Jubileusz 70-lecia Uniwersytetu Rolniczego”]

8. Celem kampanii promocyjnej wydarzenia pn.: „Jubileusz 70-lecia Uniwersytetu Rolniczego” jest dotarcie do jak największej ilości osób z informacją o planowanym jubileuszu.
- 1) Kampania wydarzenia „Jubileusz 70-lecia Uniwersytetu Rolniczego” w serwisie Facebook, zostanie przeprowadzona na następujących zasadach:
 - a) kampania będzie prowadzona za pośrednictwem fanpage’a;
 - b) kampania będzie prowadzona tylko z wykorzystaniem ogólnodostępnych narzędzi reklamowych Facebook Ads;
 - c) wszystkie reklamy muszą być powiązane ze wskazaną przez Zamawiającego stroną kampanii lub z Fanpage kampanii i umiejscowione w aktualnościach na Facebooku;
 - d) kampania reklamowa będzie skierowana do użytkowników serwisu mieszkających w Polsce;
 - e) kampania powinna być prowadzona z użyciem targetowanych form reklamowych. Wykonawca powinien przygotować propozycje dotarcia do potencjalnych

odbiorców. Propozycja powinna składać się, z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę elementów;

- 2) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję przeprowadzenia danej kampanii nie później niż 4 dni robocze przed terminem rozpoczęcia kampanii, wskazanym w sposób określony w §2 ust. 2 umowy (w zdaniu drugim). Propozycja powinna składać się z co najmniej kilku uzasadnionych przez Wykonawcę form reklamowych.
- 3) Zamawiający zaakceptuje propozycję, o której mowa w pkt 2) lub wniesie do niej uwagi w terminie 2 dni roboczych od jej otrzymania.
- 4) Kampania powinna być monitorowana w sposób pozwalający na jej efektywną optymalizację przez Wykonawcę.

§4 Raporty

1. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania raportów, na podstawie których zostanie przeprowadzone rozliczenie wykonania Kampanii (częstkowych i końcowego).
2. Raporty, o których mowa w ust. 1, mogą być przekazane w formie pisemnej lub elektronicznie i muszą zawierać w szczególności:
 - a) informacje o liczbie wyświetleń, kliknięć, zasięgu, osiągniętych w wyniku kampanii w podziale na poszczególne terminy kampanii i narzędzia reklamowe wykorzystane w kampanii internetowej.
 - b) wnioski z przebiegu kampanii wraz rekomendacjami w zakresie optymalizacji.
3. Informacje zawarte w raportach, o których mowa powyżej, w zależności od zastosowanego sposobu reklamy, muszą być poparte danymi z narzędzi analitycznych; w przypadku serwisu Facebook - statystykami dostępnymi na tej witrynie, w przypadku reklamy banerowej - statystykami od wydawców stron, na których ukazała się reklama.
4. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania raportów z realizacji poszczególnych kampanii:
 - 1) raport częstkowy: w połowie okresu trwania poszczególnych kampanii,
 - 2) raport końcowy: po zakończeniu danej Kampanii.
5. Wykonawca zobowiązany jest przekazać Zamawiającemu raporty, o których mowa w ust. 4 niezwłocznie po ich przygotowaniu, nie później jednak niż w terminie 2 dni roboczych od dnia:
 - 1) w którym upływa połowa okresu trwania danej kampanii;
 - 2) zakończenia danej kampanii.

§ 5 Personel Wykonawcy

1. Wykonawca zapewni niezbędny personel oraz narzędzia dla właściwego i terminowego wykonania umowy.
2. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za ogólną i techniczną kontrolę nad wykonaniem zamówienia określonego w umowie.
3. Wykonawca ponosi całkowitą odpowiedzialność za nadzór nad personelem zaangażowanym do realizacji umowy oraz zobowiązany jest do wypełnienia wszystkich prawnych zobowiązań związanych z zaangażowaniem personelu do wykonania umowy.

§ 6 Podwykonawstwo

1. Wykonawca może powierzyć wykonanie działań realizowanych w ramach niniejszej umowy podwykonawcy.
2. Wszelkie zapisy niniejszej umowy odnoszące się do Wykonawcy stosuje się odpowiednio do wszystkich podwykonawców, za których działania lub zaniechania Wykonawca ponosi odpowiedzialność.

§ 7 Obowiązki Zamawiającego

1. Zamawiający przekaze Wykonawcy wszystkie informacje lub dokumenty będące w jego posiadaniu, niezbędne do prawidłowej realizacji umowy.
2. Zamawiający będzie współpracował z Wykonawcą w celu prawidłowej realizacji umowy.

§ 8 Kontrola

1. Wykonawca zobowiązuje się poddać kontroli w zakresie prawidłowości wykonywania umowy. Zamawiający może zlecić wykonanie kontroli innym osobom lub podmiotom.

2. W przypadku kontroli, wykonywanej przez Zamawiającego lub inne uprawnione podmioty, Wykonawca udostępni kontrolującym wgląd w dokumenty, w tym dokumenty finansowe oraz dokumenty elektroniczne związane z wykonywaniem umowy.
3. Prawo kontroli przysługuje Zamawiającemu oraz innym uprawnionym podmiotom zarówno w siedzibie Wykonawcy, jak i w miejscu wykonywania umowy lub innym miejscu związanym z realizacją umowy.
4. Na żądanie Zamawiającego Wykonawca zobowiązuje się do udzielenia bez zbędnej zwłoki pełnej informacji o stanie wykonywania umowy.

§ 9 Wynagrodzenie Wykonawcy

1. Za należyte wykonanie przedmiotu Umowy, o którym mowa w §1, Wykonawca otrzyma wynagrodzenie ryczałtowe w wysokości: złotych brutto (słownie:) (netto złotych powiększone o% VAT*) , w tym:
 - a) Wynagrodzenie za przeprowadzenie kampanii wydarzenia "Dni Owada".....zł (słownie:), w tym budżet reklamowy.....zł
 - b) Wynagrodzenie za przeprowadzenie kampanii wydarzenia "Jubileusz 70-lecia Uniwersytetu Rolniczego":zł (słownie:), w tym budżet reklamowy:zł
 - c) Wynagrodzenie za przeprowadzenie kampanii wydarzenia "Zasmakuj z URK":zł (słownie:), w tym budżet reklamowyzł.
 - d) Wynagrodzenie za przeprowadzenie kampanii wydarzenia „Rekrutacja na semestr zimowy”.....zł (słownie:.....),w tym budżet reklamowy.....zł.
 - e) Wynagrodzenie za przeprowadzenie kampanii „Rekrutacja na semestr letni”:zł (słownie:), w tym budżet reklamowy.....zł.
 - f) Wynagrodzenie za przeprowadzenie kampanii „Dzień Otwarty”:zł (słownie:), w tym budżet reklamowy.....zł.
2. Zamawiający nie będzie zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia z tytułu świadczenia zrealizowanego przez Wykonawcę w przypadku, gdy Wykonawca przekroczy poszczególne kwoty wskazane w ust. 1 lub terminy ekspozycji reklamy lub przekroczy zakładany okres kampanii, wówczas Wykonawca będzie zobowiązany pokryć wszelkie wynikłe z tego tytułu koszty. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek dodatkowe koszty związane z zakupem reklamy. Wykonawca nie jest uprawniony do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego.
3. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 ma charakter ryczałtowy i obejmuje wszelkie koszty Wykonawcy oraz jego zysk i wyczerpuje wszelkie roszczenia finansowe Wykonawcy wobec Zamawiającego z tytułu wykonania przedmiotu umowy.

§ 10 Odbiór przedmiotu zamówienia i warunki płatności

1. Wynagrodzenie, o którym mowa w § 9 ust. 1 zostanie zapłacone w 6 transzach, tj. po realizacji każdej z kampanii i przedstawieniu przez Wykonawcę raportu końcowego dotyczącego danej kampanii, o którym mowa w § 4.
2. Podstawę do wystawienia przez Wykonawcę faktury/rachunku stanowi pisemne potwierdzenie przez Zamawiającego prawidłowo wykonanego przedmiotu zamówienia w postaci protokołu odbioru.
3. Potwierdzenie prawidłowo wykonanej usługi/protokół zostanie podpisany w ciągu 5 dni (kalendarzowych) od dnia otrzymania przez Zamawiającego raportu końcowego dotyczącego danej kampanii.
4. Wynagrodzenie zostanie zapłacone w terminie 30 dni (kalendarzowych) od dnia doręczenia Zamawiającemu prawidłowo wystawionej faktury VAT/rachunku, przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy.
5. Za dzień zapłaty wynagrodzenia uznaje się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.
6. Płatność na rzecz Wykonawcy może zostać pomniejszona o naliczone kary umowne.
7. Usługi stanowiące przedmiot zamówienia finansowane są z

§11 umowy.

1. W przypadku osoby fizycznej nie prowadzącej działalności gospodarczej, z należnego Wykonawcy wynagrodzenia Zamawiający potrąci zgodnie z obowiązującymi przepisami i na podstawie danych przedłożonych przez Wykonawcę: zaliczkę na podatek dochodowy od osób fizycznych, składkę na powszechne ubezpieczenie zdrowotne oraz składki na ubezpieczenie społeczne o ile będą one wymagane obowiązującymi w tym zakresie przepisami.
2. Faktury/Rachunki będą wystawiane na:
Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie
Al. Adama Mickiewicza 21
31-120 Kraków
Nip: 675-000-21-18

§12 Wypowiedzenie umowy

1. Zamawiający będzie mógł wypowiedzieć umowę w trybie natychmiastowym, gdy:
 - 1) opóźnienie Wykonawcy w przekazaniu propozycji przeprowadzenia kampanii, o której mowa w § 3, przekroczy 2 dni robocze;
 - 2) opóźnienie w rozpoczęciu obsługi kampanii przekroczy 2 dni robocze w odniesieniu do terminu wskazanego pisemnym powiadomieniem, o którym mowa w §2 ust. 2 (w zdaniu drugim),
 - 3) Wykonawca wykonuje umowę w sposób sprzeczny z umową, nienależyte lub w realizowanych pracach nie stosuje się do zapisów umowy i nie zmienia sposobu wykonania umowy lub nie usunie stwierdzonych przez Zamawiającego uchybień mimo wezwania go do tego przez Zamawiającego w terminie określonym w tym wezwaniu. Obowiązku wezwania do usunięcia uchybień nie stosuje się w sytuacjach, w których z uwagi na charakter danego uchybienia nie można go już usunąć lub wymagane było jego natychmiastowe usunięcie;
 - 4) jeżeli Wykonawca zaprzestał prowadzenia działalności albo wszczęto wobec niego postępowanie likwidacyjne lub upadłościowe bądź naprawcze;
2. Oświadczenie o wypowiedzeniu umowy zostanie sporządzone w formie pisemnej i zawierać będzie uzasadnienie.
3. Umowa może zostać rozwiązana w każdym czasie za zgodnym porozumieniem Stron, bez zachowania okresów wypowiedzenia i naliczania kar umownych.

§12

Odpowiedzialność Wykonawcy i kary umowne

1. Zamawiający naliczy Wykonawcy kary umowne w następujących przypadkach i wysokościach:
 - 1) w przypadku wypowiedzenia umowy przez którąkolwiek ze Stron z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy - w wysokości 10% łącznego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 9 ust. 1;
 - 2) za opóźnienie w realizacji kampanii - w wysokości 5% wynagrodzenia brutto za daną kampanię przewidzianego w §9 ust. 1, za każdy dzień opóźnienia;
 - 3) w przypadku opóźnienia w dostarczeniu propozycji przeprowadzenia kampanii, o której mowa w § 3 ponad termin tam wskazany - w wysokości 2% wynagrodzenia brutto za daną kampanię, o którym mowa w § 9 ust. 1, za każdy dzień opóźnienia;
 - 4) w przypadku opóźnienia w dostarczeniu któregośkolwiek z raportów, o których mowa w §4 ponad termin określony w ust. 6 § 4 ust. 5 – w wysokości 1% wynagrodzenia brutto za daną kampanię, o którym mowa w § 9 ust. 1, za każdy dzień opóźnienia;
 - 5) w przypadku innego niż w pkt 1)-4) nienależytego wykonania umowy - w wysokości 1% wynagrodzenia brutto za daną kampanię, o którym mowa w § 9 ust. 1;
2. Kary umowne zastrzeżone w umowie są niezależne od siebie i mogą podlegać kumulacji.
3. Kary umowne będą płatne w terminie 7 dni (kalendarzowych) od dnia doręczenia Wykonawcy wezwania do zapłaty.
4. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie kar umownych z przysługującego mu wynagrodzenia.
5. Zapłata kar umownych nastąpi na rachunek bankowy Zamawiającego nr
6. Zamawiający ma prawo do dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonych kar umownych na zasadach ogólnych.
7. Jeżeli Wykonawca nienależyte wykonuje umowę, w szczególności w razie opóźnienia, a także w przypadkach wskazanych w przepisach kodeksu cywilnego, Zamawiający jest uprawniony do skorzystania z wykonawcy zastępczego na koszt i ryzyko Wykonawcy. Skorzystanie z wykonawstwa zastępczego nie wymaga zgody Sądu.

§ 13. Prawa autorskie

1. W ramach wynagrodzenia należnego Wykonawcy za realizację przedmiotu zamówienia, Wykonawca, z chwilą zapłaty wynagrodzenia z tytułu realizacji danej kampanii, o które mowa w § 1 ust. 1 pkt 1-6, przenosi na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do utworów wytworzonych przez Wykonawcę, w związku z wykonaniem Przedmiotu umowy, stanowiących przedmiot prawa autorskiego (dalej "prawa autorskie"), w tym w szczególności do projektów graficznych i audiowizualnych, opracowanych koncepcji przeprowadzenia kampanii wszelkich projektów powstałych w ramach realizacji niniejszej
 - (a) utrwalanie i zwielokrotnianie utworu za pomocą dowolnych technik drukarskich oraz wszelkich innych technik, w tym cyfrowych, poligraficznych;
 - (b) zapisywanie utworu w pamięci komputerów oraz rozpowszechnianie w sieciach komputerowych, w tym w szczególności za pośrednictwem Internetu, w sieciach telewizji analogowej i cyfrowej, satelitarnej oraz rozpowszechnianie w ramach usług typu Video on Demand;
 - (c) utrwalanie i zwielokrotnianie utworu na dowolnych nośnikach elektronicznych, magnetycznych, optycznych;
 - (d) w zakresie obrotu oryginałem lub egzemplarzami - wprowadzanie do obrotu, z prawem dokonywania zmian i modyfikacji utworu;
 - (e) wykorzystywanie utworu w ramach innych utworów;
 - (f) wykorzystywanie utworu do produkcji lub zlecenia produkcji materiałów reklamowo – promocyjnych;
 - (g) przeprowadzanie prezentacji publicznej, w tym w szczególności dla celów marketingowych, promocyjnych, reklamowych, produkcyjnych, artystycznych oraz w celach charytatywnych;
 - (h) najem lub użyczenie utworu lub jego egzemplarzy;
 - (i) udzielanie niewyłącznych licencji na korzystanie z autorskich praw majątkowych, odpłatnie lub nieodpłatnie;
 - (k) eksploatacja polegająca na wykorzystywaniu części lub całości utworu dla celów reklamowych lub promocyjnych, niezależnie od formy materiałów reklamowych i ich wielkości, materiałów, z których zostały sporządzone, techniki utrwalania oraz miejsca ekspozycji oraz w broszurach, ulotkach, wizytówkach reklamowych, katalogach i innych materiałach poligraficznych lub reklamowo-promocyjnych niezależnie od ich ilości, nakładu, techniki sporządzenia i sposobu dystrybucji;
 - (l) wszelka eksploatacja części lub całości utworu, polegająca na utrwalaniu i rozpowszechnianiu w ramach ekspozycji reklamowych albo zwielokrotnienia i wprowadzenia do obrotu wszelkiego rodzaju publikacji i innych materiałów reklamowych związanych bezpośrednio lub pośrednio z reklamowanym produktem lub kampanią reklamową;
 - (m) eksploatacja utworu na materialnych nośnikach informatycznych;
 - (n) eksploatacja wynikająca z treści art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych w tym w szczególności w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony powyżej, a także poprzez publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym,
 - (o) używanie utworu (lub jego części) w charakterze znaków towarowych i wzorów przemysłowych bez względu na zakres terytorialny ochrony i rodzaj dóbr chronionych,

(p) korzystanie w reklamie w Interencie, we wszelkich mediach elektronicznych, portalach społecznościowych, prasie drukowanej, elektronicznej, telewizji, kinie, przekazach marketingowych typu outdoor rozumianych jako przedstawienie utworu w miejscu ogólnie dostępnym w całości lub w części w jakiegokolwiek zmaterializowanej postaci.

2. Przeniesienie autorskich praw majątkowych oraz udzielenie zezwoleń, o których mowa w ust. 1 jest nieograniczone czasowo ani terytorialnie i obejmuje rozporządzanie i korzystanie z utworów, o których mowa w ust. 1 lub ich opracowań zarówno w całości, jak i w części.
3. Wykonawca oświadcza, że w przypadku, gdy w ramach realizacji niniejszej umowy stworzy utwór o charakterze autorskich, będzie jedynym właścicielem majątkowych praw autorskich do utworów powstałych w ramach realizacji przedmiotu Umowy, oraz że opracowania te nie będą obciążone prawami osób trzecich.
4. W przypadku wystąpienia osoby trzeciej przeciwko Zamawiającemu z roszczeniami z tytułu naruszenia praw autorskich, Wykonawca zobowiązany będzie do zaspokojenia roszczeń osoby trzeciej i zwolnienia Zamawiającego z obowiązku świadczeń z tego tytułu.
5. W przypadku dochodzenia przez osobę trzecią roszczeń, z tytułu o którym mowa w ust. 1, przeciwko Zamawiającemu, Wykonawca będzie zobowiązany do przystąpienia do procesu i podjęcia wszelkich czynności w celu zwolnienia Zamawiającego z udziału w sprawie.

§ 14. Zmiana umowy

1. Zmiana postanowień umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Nie stanowi zmiany umowy zmiana osób, o których mowa w §15 ust. 1 i 2 lub ich danych kontaktowych.

§15 Zarządzanie realizacją umowy

1. Osobą upoważnioną ze strony Zamawiającego do sprawowania nadzoru nad realizacją umowy, koordynowania prac związanych z realizacją umowy i bieżących kontaktów z Wykonawcą jest Pan/Pani....., tel.:, e-mail:
2. Osobą uprawnioną przez Wykonawcę do reprezentowania go we wszelkich czynnościach związanych z realizacją niniejszej umowy jest Pan/Pani, tel.:, e-mail:
3. Zmiana osób odpowiedzialnych za realizację umowy, o których mowa w ust. 1-2 lub ich danych kontaktowych, będzie odbywać się poprzez powiadomienie drugiej Strony pisemnie lub drogą elektroniczną.
4. W przypadku zmiany adresu Strona jest zobowiązana do pisemnego poinformowania o tym drugiej Strony.

§ 16 Postanowienia końcowe

1. Wykonawca nie ma prawa dokonywać cesji, przeniesienia bądź obciążenia swoich praw lub obowiązków wynikających z Umowy ani w inny sposób dążyć do ich zbycia bez uprzedniej pisemnej zgody Zamawiającego, pod rygorem nieważności.
2. Wszelkie zmiany i uzupełnienia Umowy wymagają dla swej ważności formy pisemnej.
3. Inspektor Ochrony Danych Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie realizuje swój obowiązek informowania kontrahentów pełniących rolę podmiotów przetwarzających o obowiązkach spoczywających na nich, wynikających z ROZPORZĄDZENIA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), wynikający z art. 39 ust. 1 litera a tego rozporządzenia, poprzez swoją stronę internetową <https://iod.urk.edu.pl>, na której umieścił stosowne informacje.
4. W kwestiach nieuregulowanych niniejszą umową zastosowanie będą miały przepisy Kodeksu Cywilnego.
5. Ilekroć w Umowie jest mowa o „dniach roboczych”, należy przez to rozumieć dni od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem przypadających w święta oraz dni ustawowo wolne od pracy.
6. Sprawy sporne wynikające z realizacji Umowy w przypadku braku porozumienia rozstrzygać będzie Sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
7. Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, dwa egzemplarze dla Zamawiającego i jeden egzemplarz dla Wykonawcy.

** jeżeli dotyczy.*