

1. Zapytanie ofertowe

Zorganizowanie i przeprowadzenie szkoleń z zakresu wykorzystania nowoczesnych technologii w obszarze e-marketingu i budowania wizerunku przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych.

2. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia prowadzonego przez **InterIT sp. z o.o.** w ramach projektu współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego pn. „Social Media – moja szansa na sukces!” nr WND-POWR.01.02.01-30-0196/15 jest: organizowanie i przeprowadzenie szkoleń w obszarze umiejętności Social Media:

- Optymalizacja i pozycjonowanie stron
- Kampanie reklamowe Pay Per Click
- Content Marketing - Narzędzie SM Managera
- Reklama na Facebooku
- Strategia social media

Postępowanie jest prowadzone zgodnie z zasadą konkurencyjności. Przedmiot niniejszego zamówienia zostanie zrealizowany w okresie od daty zawarcia umowy do dnia zakończenia projektu, co nie nastąpi wcześniej, niż dnia 30 września 2017 roku.

3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

3.1. Zakres zamówienia

Wykonawca będzie odpowiedzialny za realizację **szkoleń w obszarze e-marketingu i budowania wizerunku przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych**. Zaplanowano następujące tematy szkoleń:

Nazwa planowanego szkolenia	Ramowy zakres szkolenia	Czas trwania [h]	Planowana liczba uczestników
-----------------------------	-------------------------	------------------	------------------------------

Optimalizacja i pozycjonowanie stron	<ul style="list-style-type: none"> • Wstęp do marketingu internetowego - wyszukiwarki, userzy, ruch organiczny i płatny. Praca z wykorzystaniem smartfonów/tabletów, • Marketing cyfrowy (digital marketing) - omówienie, narzędzia. Prezentacja (PP), case study (przykład promocji wybranej firmy na różnych platformach reklamowych) • SEO - wyniki wyszukiwania i pozycjonowania, zasady działania wyszukiwarki, wyszukiwanie i selekcja słów kluczowych. Prezentacja (PP), praca z wykorzystaniem smartfonów/tabletów, dyskusja moderowana. Prezentacja narzędzia Google Search Console. • Zarządzanie treścią i architektura strony z wykorzystaniem CMS (WordPress) - organizacja treści na stronie, zasady wprowadzania treści i grafik na strony www. Prezentacja online na CMS-ie strony • SEO Copywriting - zasady tworzenia treści, które pozycjonują. Tworzenie unikalnych treści, unikanie i wyrzedzanie DC (duplicate content), tworzenie treści wartościowych i sprzedażowych. Omówienie funkcji meta tagów w HEAD strony i na podstronach. Wykorzystanie modułów SEO na przykładzie wtyczki YOAST do WordPress'a. • Linkowanie - SEO oparte na strukturze BL. Pozyskiwanie linków (budowa własnego zaplecza, katalogi, linkowanie zewnętrzne i wewnętrzne, systemy wymiany linków na przykładzie e-weblink). Praca online, case study na przykładzie pozycjonowanej strony • Narzędzia - kontrolowanie wyników pozycjonowania, generowanie raportów, raportowanie do klienta, systemy rozliczeń. Omówienie narzędzi: Ahrefs, Google Analytics i Majestic SEO 	8	60
Kampanie reklamowe Pay Per Click	<ul style="list-style-type: none"> • Google AdWords - wprowadzenie do PPC • Modele reklamowe w Google AdWords i tworzenie pierwszej kampanii reklamowej • Wyszukiwanie i selekcja słów kluczowych - Planer słów kluczowych (Google AdWords) i Google Trends; • Planowanie kampanii w wyszukiwarce i kreacja reklam - tworzenie tekstów do reklam, dobór słów kluczowych i zasady stosowania call to action, geotargetowanie i targetowanie demograficzne • Google Display Network (GDN) - tworzenie reklam kierowanych na sieć reklamową Google, obsługa silnika, dobór grafik, zasady kierowania reklam • Zarządzanie kampanią - rozbudowa kampanii, ustalanie stawek CPC, planowanie i zarządzanie budżetem, formy płatności i generowanie faktur i praca na silniku reklamowym AdWords 	8	60

<p>Content Marketing Narzędzie SM Managera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Content Marketing - wprowadzenie do pracy Content Managera. • Praktyczne zasady tworzenia treści dobrej jakości, z podziałem na treści merytoryczne, angażujące i pozycjonujące (SEO copywriting). Zasady tworzenia i weryfikacji unikalnych treści. Content w e-commerce, tworzenie angażujących opisów do sklepów internetowych, efekt ROPO, call to action. • Content w serwisach społecznościowych: zasada 70/20/10, marketing partnerski, afiliacyjny. Omówienie i praktyczne zastosowanie mechanizmu clickbait. Stosowanie presupozycji w tytułach. Łączenie contentu tekstowego z graficznym przy zastosowaniu heurystyki. • Podstawowe zasady i techniczne aspekty uzupełnienia treści w serwisach internetowych w systemach cms na przykładzie darmowego systemu wordpress. Wtyczka YOAST i generowanie snippetów pod wyszukiwarki internetowe (SEO) i użytkowników (używanie metatagów title, description i keywords), zgodnie z zasadami wyszukiwarek • Zasady brandbooka w kontekście tworzenia treści na użytek firmy. Dbanie o spójność wizerunkową firmy (treść, grafiki, zdjęcia). • Filmy i zdjęcia na potrzeby publikacji w social media - aplikacje mobilne. Zasady ich tworzenia. Zasady zakupu treści poprzez portal fiverr.com. • Przygotowywanie mailingów i newsletterów - użyteczne szablony, zasada AIDA, call to action, landing page. Narzędzie Freshmail (generowanie mailingów z szablonów i zasady wysyłki). 	8	60
<p>Reklama na Facebooku</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook.com - co powinieneś, a co musisz wiedzieć o największym portalu społecznościowym na Świecie. • Profil prywatny a fanpage. Rodzaje fanpage. • Tworzenie reklamy w oparciu o Power Editor. Modele reklamowe na FB. Ustalanie i realizacja celów marketingowych (promocja marki, rozwój fanpage. Narzędzie Power Editor z zastosowaniem smartfonów/tabletów na realnym koncie reklamowym FB. • Jak przygotować dobrą reklamę - grafika, tekst. Przygotowanie reklam. Praca z narzędziem canva.com, wersja bezpłatna i płatna Canva for Work. Wykorzystanie zasobów pixabay.com. Wykorzystywanie własnych zasobów. • Performance Marketing, targetowanie demograficzne i behavioralne na Facebooku. • Optymalizacja i analityka reklam. Interpretacja danych statystycznych i wyciąganie wniosków, generowanie raportów do klienta. Porównywanie raportów z silnika FB zdanymi z Google Analytics. Generowanie i implementowanie pixela konwersji. • Kampanie wiralowe - jak tworzyć angażujące treści (organiczny rozwój fanpage). 	8	60

Strategia social media	<ul style="list-style-type: none"> • Social media - co powinieneś, a co musisz wiedzieć o największych portalach społecznościowych na Świecie. • Gdzie i po co - obecność firmy/marki w social media. Analiza rynku medialnego z wykorzystaniem narzędzi: alexa.com i socialbakers.com • Przewiduj, monitoruj, reaguj. Strategie SM w oparciu o twarde dane analityczne. Praca z narzędziami: Brand24, Sentione i Google Analytics. • Jakość czy ilość? Strategie Social Media w generowaniu contentu. • Kampanie reklamowe płatne i wiralowe. Tworzenie contentu reklamowego, generowanie kampanii, analiza wyników. 	8	60
-------------------------------	--	---	----

3.2. Warunki realizacji zamówienia

Warunki realizacji omawianej części zamówienia:

- 1) szkolenia zostaną przeprowadzone w terminach wskazanych przez Zamawiającego;
- 2) szkolenia zostaną zorganizowane na terenie województwa wielkopolskiego, w miejscowościach ustalonych na etapie realizacji projektu;
- 3) o dacie i miejscu przeprowadzenia szkolenia Zamawiający powiadomi Wykonawcę z nie później niż na 7 dni wcześniej;
- 4) Wykonawca zapewni możliwość realizacji szkoleń od poniedziałku do niedzieli w godzinach od 8.00 do 21.00.
- 5) minimalna liczebność grupy szkoleniowej wyniesie 8 osób;
- 6) dzień szkoleniowy trwać będzie nie mniej niż 4 i nie więcej niż 10 godzin;
- 7) Wykonawca zapewni sale szkoleniowe ze sprzętem prezentacyjnym (projektor, flipchart, tablica);
- 8) sale muszą mieć powierzchnię dostosowaną do wielkości grup szkoleniowych, muszą stwarzać uczestnikom wygodne warunki szkoleń, ustawienie stanowisk szkoleniowych musi umożliwiać wykładowcy dostęp do każdego z uczestników szkolenia;
- 9) Wykonawca zapewni specjalistyczny sprzęt komputerowy odpowiedni do zajęć zgodnie z wymaganiami szkoleń (indywidualne stanowiska dla każdego uczestnika, infrastruktura sieciowa, zainstalowane i skonfigurowane do zajęć odpowiednie oprogramowanie);
- 10) Wykonawca zapewni odpowiednie materiały szkoleniowe;
- 11) Wykonawca zapewni materiały oznakowane zgodnie wytycznymi zawartymi w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji” oraz w „Księdze identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020” dostępnymi na stronie <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/>
- 12) Wykonawca poinformuje uczestników szkolenia o jego współfinansowaniu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego;
- 13) Wykonawca zapewni obsługę organizacyjną oraz dokumentacyjną szkoleń zgodnie z wymaganiami dokumentowania szkoleń realizowanych w ramach projektów dofinansowanych ze środków Unii Europejskiej obejmującą odpowiednio: dzienniki zajęć, listy obecności, oświadczenia o odbiorze materiałów szkoleniowych, oświadczenia o odbiorze zaświadczeń uczestnictwa w szkoleniu, etc.;
- 14) w ramach obsługi cateringowej uczestnikom szkoleń należy zapewnić obsługę dwóch przerw kawowych, podczas których Wykonawca zapewni: świeżo parzoną, gorącą kawę i herbatę serwowaną w automatach lub termosach ustawionych na stołach, a do tych napojów cukier i śmietankę, a także wodę mineralną oraz ciastka;

- 15) każdego dnia szkoleń Wykonawca zapewni obiad dwudaniowy dla każdego uczestnika szkolenia;
- 16) Wykonawca wyda uczestnikom szkoleń świadectwa uczestnictwa w szkoleniu;
- 17) Wykonawca zapewni materiały piśmiennicze (notatnik, długopis) dla każdego uczestnika szkoleń;
- 18) w pozostałych kwestiach standard realizowanych szkoleń musi odpowiadać rynkowym standardom realizacji szkoleń dla kadry IT;
- 19) Wykonawca będzie przekazywał Zamawiającemu zestawienia i raporty z realizacji szkoleń zgodnie ze wskazaną przez Zamawiającego zawartością informacyjną.

4. Wspólny Słownik Zamówień (CPV):

80000000-4: Usługi edukacyjne i szkoleniowe

5. Wymagania dotyczące oferentów

Od Wykonawcy oczekuje się spełnienia następujących warunków uczestnictwa w postępowaniu:

- 1) Wykonawca znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
- 2) Posiada minimalne doświadczenie, adekwatne do zakresu zamówienia, przez co należy rozumieć przeprowadzenie w ciągu ostatnich 5 lat nie mniej niż 6 szkoleń z obszaru marketingu, z czego nie mniej niż jedno z obszaru e-marketingu.
- 3) posiada doświadczenie w realizacji usług szkoleniowych, przez co rozumieć należy zrealizowanie w okresie ostatnich 5 lat przynajmniej jednej usługi szkoleniowej, o wartości min. 250 tys. zł, obejmującej minimum 60 uczestników, w ramach której realizowano szkolenia z obszaru marketingu. Przez usługę szkoleniową należy rozumieć usługę szkoleniową realizowaną na zlecenie jednego podmiotu w ramach jednej umowy;
- 4) Wykonawca dysponuje materiałami szkoleniowymi do wszystkich 5 szkoleń stanowiących przedmiot zamówienia, zgodnych z zakresem szkoleń przedstawionych w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia. Przez materiały szkoleniowe należy rozumieć:
 - skryptu szkoleniowego – zawierający nie mniej niż 30 stron formatu A4;
 - testy typu pre/post – zawierający 15 pytań jednokrotnego wyboru i do każdego z nich 4 odpowiedzi;
 - prezentacji – w formacie elektronicznym, w szczególności w formacie „*.pptx”;
 - filmu instruktażowego – o długości 1 godz. w formacie elektronicznym (np. format „*.avi”, „*.mpeg”).
- 5) Wykonawca dysponuje odpowiednim potencjałem technicznym przez co należy rozumieć, iż dysponuje w składzie zespołu projektowego, wyznaczonego do realizacji niniejszego zamówienia osobą odpowiedzialną za całość realizacji zamówienia po stronie Wykonawcy - posiadającą wykształcenie wyższe, certyfikat zarządzania projektami np. PMI, PRINCE 2 lub równoważny, minimum 5 letnie doświadczenie obejmujące zarządzanie w roli kierownika projektu, lub osoby odpowiedzialnej za nadzór nad projektami szkoleniowymi, w tym w ciągu ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, projektami szkoleniowymi o wartości usług nie mniejszej niż 250 tys. zł brutto każdy, w trakcie których realizowano szkolenia z zakresu marketingu.
- 6) Wykonawca dysponuje odpowiednim potencjałem kadrowym przez co należy rozumieć, iż dysponuje osobami zdolnymi do wykonania zamówienia, tj. minimum 3 trenerami dedykowanymi do prowadzenia szkoleń z zakresu szkoleń objętych zamówieniem. Każdy z trenerów posiada wykształcenie wyższe oraz niezbędne doświadczenie przez co rozumie się, iż w ostatnich 5 latach przed terminem złożenia ofert zrealizował nie mniej niż 250 godzin szkoleń z obszaru social media.

Ocena spełniania w/w warunków zostanie dokonana wg formuły wykazał/nie wykazał spełnienia warunków udziału w postępowaniu, na podstawie oświadczeń złożonych wraz z ofertą. Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji złożonych przez Wykonawcę oświadczeń. W takim przypadku Wykonawca ma obowiązek

w ciągu 3 dni roboczych przedstawić dokumenty żądane przez Zamawiającego.

6. Kryteria oceny ofert

Podczas oceny ofert Zamawiający będzie brał pod uwagę:

- 1) C - Cenę realizacji całości zamówienia – waga 50%;
- 2) J – jakość realizowanej usługi – waga 25%;
- 3) D – doświadczenie kadry trenerskiej – waga 25%;

Zamawiający wybierze ofertę, która uzyska największą liczbę punktów.

6.1. Liczba punktów za cenę łączną realizacji całości zamówienia

Przyznając liczbę punktów C za cenę realizacji całości zamówienia Zamawiający będzie posługiwał się wzorem:

$$C = \frac{N_c}{B_c} * 100$$

C liczba punktów badanej oferty przyznana za cenę

N_c najniższa cena złożonej oferty

B_c cena badanej oferty

6.2. Liczba punktów za jakość realizowanej usługi

Punkty w kryterium J - „jakość” przyznane zostaną w oparciu o gotowość do realizacji szkolenia zgłoszonego w terminie krótszym niż termin 7 dni - wymagany niniejszą specyfikacją :

Cecha jakości:	Waga punktowa:
zgłoszenie terminu szkolenia na 2 dni przed planowaną datą odbycia	25 punktów
zgłoszenie terminu szkolenia na 3 dni przed planowaną datą odbycia	20 punktów
zgłoszenie terminu szkolenia na 4 dni przed planowaną datą odbycia	15 punktów
zgłoszenie terminu szkolenia na 5 dni przed planowaną datą odbycia	10 punktów
zgłoszenie terminu szkolenia na 6 dni przed planowaną datą odbycia	5 punktów

6.3. Liczba punktów za doświadczenie kadry trenerskiej

Punkty w kryterium D - „doświadczenie kadry trenerskiej” - przyznane zostaną w oparciu o wykazane doświadczenie kadry trenerskiej w zakresie marketingu internetowego. Wykonawca oceni doświadczenie każdego trenera, a następnie podzieli sumę zdobytych punktów przez liczbę wykazanych trenerów:

Miara doświadczenia:	Waga punktowa:
80-100 zrealizowanych kampanii lub działań polegających na tworzeniu strategii komunikacyjnych/marketingowych w social media.	25 punktów
60-80 zrealizowanych kampanii lub działań polegających na tworzeniu strategii komunikacyjnych/marketingowych w social media.	20 punktów
40-60 zrealizowanych kampanii lub działań polegających na tworzeniu strategii komunikacyjnych/marketingowych w social media.	15 punktów

Miara doświadczenia:	Waga punktowa:
20-40 zrealizowanych kampanii lub działań polegających na tworzeniu strategii komunikacyjnych/marketingowych w social media.	10 punktów
1-20 zrealizowanych kampanii lub działań polegających na tworzeniu strategii komunikacyjnych/marketingowych w social media.	5 punktów

6.4. Łączna liczba punktów

Przyznając łączną liczbę punktów Zamawiający będzie posługiwał się wzorem:

$$P = C * 50\% + J + D / L$$

- C** liczba punktów przyznana za cenę.
- J** liczba punktów przyznana za jakość realizowanej usługi.
- D** suma punktów przyznana za wykazane doświadczenie kadry trenerskiej
- L** liczba trenerów wykazanych w ofercie

7. Zawartość oferty

Oferty składane przez potencjalnych Wykonawców muszą obejmować:

- 1) Dokumenty dla potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu, jak również w celu dokonania przez Zamawiającego oceny ofert w ramach kryterium pozacenowego:
 - 1) Wykaz w formie tabelarycznej zrealizowanych szkoleń z obszaru marketingu, z czego nie mniej niż jedno z obszaru e-marketingu, przeprowadzonych w ciągu ostatnich 5 lat. Wykaz powinien obejmować następujące informacje:
 - i. Nazwa szkolenia
 - ii. Daty realizacji szkolenia
 - iii. Liczba uczestników
 - 2) Wykaz w formie tabelarycznej usług szkoleniowych, zrealizowanych w okresie ostatnich 5 lat, w ramach których realizowano szkolenia z obszaru marketingu. Przez usługę szkoleniową należy rozumieć usługę szkoleniową realizowaną na zlecenie jednego podmiotu w ramach jednej umowy. Wykaz powinien obejmować następujące informacje:
 - i. Nazwę podmiotu zamawiającego
 - ii. Daty realizacji usług
 - iii. Wartość zrealizowanych usług
 - iv. Liczba uczestników szkoleń
 - 3) Wykaz w formie tabelarycznej kadry wyznaczonej do realizacji Zamówienia, którą w ramach zespołu projektowego dysponuje, lub będzie dysponował Wykonawca, tj.:
 - i. jedną osobą odpowiedzialną za całość realizacji zamówienia po stronie Wykonawcy - posiadającą wykształcenie wyższe, certyfikat zarządzania projektami np. PMI, PRINCE 2 lub równoważny, minimum 5 letnie doświadczenie obejmujące zarządzanie w roli kierownika projektu, lub osoby odpowiedzialnej za nadzór nad projektami szkoleniowymi, w tym zarządzanie minimum jednym projektem szkoleniowym zrealizowanym w ciągu ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, o wartości usług nie mniejszej niż 250 tys. zł brutto każdy, w trakcie którego realizowano szkolenia z zakresu marketingu.
 - ii. minimum 3 trenerami do prowadzenia szkoleń z zakresu szkoleń objętych zamówieniem, z których

każda posiada doświadczenie przez co rozumie się, iż w ostatnich 5 latach przed terminem złożenia ofert zrealizował nie mniej niż 250 godzin szkoleń z obszaru social media.

- 4) Oświadczenie trenerów zawierające zobowiązanie do oddania swoich zasobów na potrzeby realizacji zamówienia w terminie wyznaczonym na jego realizację.
- 5) W celu wykazania zgodności posiadanych materiałów szkoleniowych z zakresami szkoleń, należy załączyć do oferty min 1 komplet materiałów szkoleniowych, zgodny ze specyfikacją wskazaną w Rozdziale *Wymagania dotyczące oferentów* (pkt. 4).
- 6) Oświadczenie potwierdzające, iż Wykonawca znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji złożonych przez Wykonawcę oświadczeń. W takim przypadku Wykonawca ma obowiązek w ciągu 3 dni roboczych przedstawić dokumenty żądane przez Zamawiającego.

- 2) Formularz ofertowy zawierający warunki cenowe realizacji zamówienia:
 - 1) Cenę jednostkową brutto (za jednego uczestnika) za organizację i realizację każdego ze szkoleń;
 - 2) Cenę łączną brutto za realizację całości zamówienia.
- 3) Oświadczenia o braku powiązań, dołączonego do formularza oferty.

8. Informacje o wykluczeniu

Z postępowania wykluczeni są Wykonawcy powiązani z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania pomiędzy Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy, a Wykonawcą, polegające w szczególności na:

- a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- b) posiadaniu, co najmniej 10% udziałów lub akcji;
- c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- d) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub pozostawania w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

Brak powiązań Wykonawcy z Zamawiającym będzie weryfikowany na podstawie oświadczenia o braku powiązań, dołączonego do formularza oferty.

9. Pozostałe informacje

- 1) Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych ani ofert wariantowych.
- 2) Zamawiający nie dopuszcza podzlecenia wykonania całości przedmiotu zamówienia.
- 3) Zamawiający zastrzega sobie prawo podjęcia negocjacji oferowanych warunków z Wykonawcą, którego oferta uznana została za najkorzystniejszą w celu uzyskania warunków korzystniejszych dla Zamawiającego.
- 4) Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania bez podania przyczyny.
- 5) Zamawiający zastrzega sobie prawo do złożenia zamówienia uzupełniającego na warunkach niniejszej oferty.
- 6) Z Wykonawcą, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą zostanie podpisana umowa na realizację zamówienia zgodnie z warunkami określonymi w niniejszym zapytaniu, w terminie ustalonym przez Zamawiającego w porozumieniu z Wykonawcą.

- 7) Zamawiający zastrzega sobie prawo do wydłużenia terminu realizacji zamówienia w przypadku wydłużenia terminu realizacji projektu, na rzecz którego świadczone będą usługi.
- 8) Do oferty załączyć należy sporządzone według wzoru umieszczonego w formularzu oferty oświadczenie, iż pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym nie zachodzą powiązania uniemożliwiające udzielenie zamówienia. Wykonawca, który nie złoży przedmiotowego oświadczenia zostanie wykluczony z postępowania.

10. Osoba kontaktowa

Dodatkowych informacji udziela Pani Rozalia Płotka pod numerem telefonu: 504 220 430 lub adresem mailowym: rozalia.plotka@interit.eu , od poniedziałku do piątku w godzinach od 10:00 do 14:00.

11. Miejsce i termin składania ofert

Oferty należy składać na załączonym formularzu ofertowym w biurze InterIT sp. z o.o. przy Al. Zwycięstwa 96/98 w Gdyni, do dnia **02.06.2017** roku do godziny **14:00**.

12. Odrzucenie oferty.

Odrzuceniu będą podlegały oferty:

1. Których treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego;
2. Wykonawców nie spełniających warunków udziału w postępowaniu;
3. Wykonawców podlegających wykluczeniu z udziału w postępowaniu;
4. Do których nie dołączono wymaganych dokumentów lub dołączono błędne dokumenty lub dokumenty z których nie wynika, iż Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu lub nie podlega wykluczeniu z udziału w postępowaniu;