

*Załącznik do Zaproszenia do złożenia ofert*

**Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert**

1. Zamawiający wybiera ofertę najkorzystniejszą na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w SIWZ
2. Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z niższą ceną.
3. Ilości punktów za poszczególne kryteria zostaną zsumowane i będą stanowić końcową ocenę oferty.
4. Łączna ilość punktów, które oferta może otrzymać, odpowiada sumie punktów uzyskanych wg poszczególnych kryteriów.
5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta niepodlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą końcową liczbę punktów w skali od 0 do 100 pkt.
6. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
7. W trakcie dokonywania obliczeń Zamawiający zaokrągli każdy wynik do dwóch miejsc po przecinku.
8. Przy ocenie ofert Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami:
  - cena oferty – waga 70%,
  - artykuł informacyjno-promocyjny – 20%,
  - harmonogram działań – waga 10%,

a) Kryterium I: cena oferty

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{cena brutto oferty najtańszej}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 100 \times 70\%$$

Oferta w komisyjnej ocenie oferty w kryterium I może uzyskać maksymalnie 70 punktów.

- b) Kryterium II – artykuł informacyjno-promocyjny (0-20 pkt.) – w tym kryterium ocenie będzie podlegał dołączony do oferty artykuł; artykuł oceniany będzie pod kątem efektywności (tekst ma zapewnić odbiorcy łatwość czytania i precyzję w przyswajaniu specjalistycznej treści) oraz mglistości języka/treści (ocena zgodnie z indeksem mglistości języka FOG).
- c) Kryterium III: harmonogram działań (0-10 pkt.) – w tym kryterium ocenie podlegała będzie spójność działań związanych z umieszczaniem artykułów prasowych we wskazanych w SOPZ mediach lokalnych i regionalnych (formaty, miejsca emisji, czas emisji).

Punkty, które oferta uzyska za poszczególne elementy wchodzące w skład ww. kryterium zostaną zsumowane.

Oferta w komisyjnej ocenie w kryterium II może uzyskać maksymalnie 70 punktów.

Punkty uzyskane przez ofertę w komisyjnej ocenie w kryterium I zostaną dodane do punktów uzyskanych przez nią w komisyjnej ocenie w kryterium II i III i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie złożonych ofert.