

Załącznik nr 2

do „Regulaminu udzielania zamówień publicznych w Uniwersytecie Medycznym we Wrocławiu z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019, z późn. zm.), o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 1 tej ustawy, ze względu na wartość szacunkową netto zamówienia mniejszą niż 130 000 złotych” (zarządzenie nr 57 /XVII R/2021 z dnia 8 marca 2021 r.)

Uniwersytet Medyczny
im. Piastów Śląskich we Wrocławiu
ul. K. Marcinkowskiego 2-6
50-368 Wrocław
tel. 71 784 12 07
nazwa oraz adres Zamawiającego

Wrocław, 06.05.2021
(miejsowość, data)

Zaproszenie do składania ofert- KOREKTA Z DN. 25.05.2021

1. Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu zaprasza Państwa do składania ofert w postępowaniu o udzielenie zamówienia, z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019, z późn. zm.), o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 1 tej ustawy, ze względu na wartość szacunkową netto zamówienia mniejszą niż 130 000 złotych, którego przedmiotem jest: Wykonanie portalu Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu na podstawie dostarczonego przez Zamawiającego projektu graficznego strony (www.umed.wroc.pl / www.umw.edu.pl)

2. Warunki realizacji zamówienia

Termin realizacji zamówienia	6 miesięcy od daty podpisania umowy
Warunki gwarancyjne i serwisowe ustalone przez Zamawiającego (jeżeli dotyczy)	<ol style="list-style-type: none"> Okres gwarancji z bezpłatnym serwisem wynosi 12 miesięcy. Równocześnie, Wykonawca zapewnia w okresie pogwarancyjnym pełny serwis przedmiotu umowy. Zgłoszenie serwisanta do naprawy przedmiotu zamówienia nastąpi w ciągu 3 dni od daty otrzymania zgłoszenia usterki, a naprawa zostanie wykonana w ciągu kolejnych 7 dni. Zamawiający zastrzega sobie prawo odrzucenia oferty, jeżeli: <ul style="list-style-type: none"> Jej treść nie będzie odpowiadać treści Zaproszenia do składania ofert, Zostanie złożona po terminie, Wykonawca nie spełni warunku udziału w postępowaniu, Informacje (i oświadczenia) złożone przez Wykonawcę w złożonej ofercie będą nieprawdziwe, Będzie nieważna na podstawie odrębnych przepisów Zamawiającemu przysługuje prawo unieważnienia bez uzasadnienia niniejszego zapytania ofertowego bez wybrania którejkolwiek z ofert.

3. Oferty należy składać w Dziale Marketingu UMW ul. Marcinkowskiego 2-6 , 50-368 Wrocław, Dział Marketingu, pok. A0. 119 (parter) lub w formie PDF na adres e mail: www@umed.wroc.pl, marketing@umed.wroc.pl w terminie do dnia 27.05.2021 r., do godz. 10.00.

OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY, WRAZ Z PODANIEM WAG TYCH KRYTERIÓW I SPOSOBU OCENY OFERT.

- Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zastosuje następujące kryteria oceny ofert:
 - Cena- waga 50 %,
 - Doświadczenie z technologiami ujętymi w specyfikacji technicznej – waga 20 %,
 - Przedstawione portfolio – waga 30 %.
- Do porównania ofert będą brane pod uwagę kryteria: cena, doświadczenie z technologiami ujętymi w specyfikacji technicznej, przedstawione portfolio.
- Ocena ofert odbywać się będzie w sposób opisany w poniższych tabelach:

LP	KRYTERIA	WAGA %	Ilość pkt.	Sposób oceny: wzory, uzyskane informacje mające wpływ na ocenę
----	----------	-----------	---------------	--

1.	Cena produkcji gadżetów promocyjnych w okresie 12 miesięcy	50	50	Najniższa cena oferty Ilość pkt. = ----- x 50 Cena oferty badanej
2.	Doświadczenie z technologiami ujętymi w specyfikacji technicznej	20	20	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Doświadczenie w używanych technologiach ujętych w specyfikacji technicznej, w szczególności: Drupal, PHP, REST API, REDIS, Apache Solr. 2pkt za każdą z użytych technologii w przedstawionych realizacjach ➤ 0 – 10 pkt. ➤ Doświadczenie w integracji w używanych technologiach ujętych w specyfikacji technicznej, w szczególności: Drupal, PHP, REST API, REDIS, Apache Solr; Punktacja naliczana według wyniku kombinacji bez powtórzeń od układów 3-elementowych i większych, proporcjonalnie dla wszystkich zgłoszeń przyjmując jako górną granicę, zgłoszenie posiadające najwięcej integracji, dolną granicę dla 1pkt przy zgłoszeniu posiadającym najmniej integracji. 0pkt dla zgłoszeń bez doświadczenia w integracji wymienionych technologii. ➤ 0 – 10 pkt.
3.	Przedstawione portfolio	30	30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odbiór wizualny przedstawionych realizacji (min. 3 realizacje); ➤ 0 – 30 pkt.
Razem		100	100	Ilość pkt. = Suma pkt. za kryteria 1 – 3

Oceny odbywać się będą według następujących zasad:

- pracownicy Działu Marketingu, dokonają oceny indywidualnie i samodzielnie,
- ocena będzie dokonana poprzez przydzielenie punktów wg skali podanej w pkt. 2 i 3 tabeli, dla każdego podkryterium osobno,
- punkty przyznane indywidualnie przez wybranych pracowników Działu Marketingu dla każdego z podkryterium zostaną zsumowane,
- liczba punktów oceny oferty badanej zostanie obliczona poprzez wyliczenie średniej arytmetycznej z ocen wybranych pracowników Działu Marketingu, którzy dokonują oceny w ramach tego kryterium.

4. Ocena punktowa dotyczyć będzie wyłącznie ofert uznanych za ważne i niepodlegających odrzuceniu.
5. Punkty przyznane za poszczególne kryteria liczone będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
6. Zamawiający wybierze jako najkorzystniejszą ofertę, która uzyska najwyższą ilość punktów.
7. Zamawiający zastrzega sobie prawo odrzucenia oferty, jeśli:
 - jej treść nie będzie odpowiadać treści Zaproszenia do składania ofert,
 - zostanie złożona po terminie,
8. Zamawiającemu przysługuje prawo unieważnienia bez uzasadnienia niniejszego Zaproszenia, bez wybrania którejkolwiek z ofert.

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu
Zastępca Kanclerza ds. Organizacyjnych

Data

dr Grzegorz Hareża

(Pieczęć i podpis Kierownika Zamawiającego lub osoby przez niego upoważnionej)

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu
DZIAŁ MARKETINGU
kierownik
Katarzyna Szulik