Ogłoszenie o wyniku postępowania
Usługi
Kampania reklamowa Google Ads dla Biura Rekrutacji i Szkoły Doktorskiej

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Rola zamawiającego
Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

1.2.) Nazwa zamawiającego: UNIWERSYTET PRZYRODNICZY WE WROCŁAWIU

1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 000001867

1.5) Adres zamawiającego

1.5.1.) Ulica: ul. Cypriana Kamila Norwida 25

1.5.2.) Miejscowość: Wrocław

1.5.3.) Kod pocztowy: 50-375

1.5.4.) Województwo: dolnośląskie

1.5.5.) Kraj: Polska

1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL514 - Miasto Wrocław

1.5.9.) Adres poczty elektronicznej: dorota.szymanska@upwr.edu.pl

1.5.10.) Adres strony internetowej zamawiającego: www.upwr.edu.pl

1.6.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania:
https://upwr.logintrade.net/zapytania_email,207889,6617bc166384ebfc8ada4a1e08ce2d87.html

1.7.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - uczelnia publiczna

1.8.) Przedmiot działalności zamawiającego: Edukacja

SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1.) Ogłoszenie dotyczy:

Zamówienia publicznego

2.2.) Ogłoszenie dotyczy usług społecznych i innych szczególnych usług: Nie

2.3.) Nazwa zamówienia albo umowy ramowej:
Kampania reklamowa Google Ads dla Biura Rekrutacji i Szkoły Doktorskiej

2.4.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-a602b0aa-3011-416b-be89-a54d269dbb25

2.5.) Numer ogłoszenia: 2025/BZP 00517089

2.6.) Wersja ogłoszenia: 01

2.7.) Data ogłoszenia: 2025-11-05

2.8.) Zamówienie albo umowa ramowa zostały ujęte w planie postępowań: Tak

2.9.) Numer planu postępowań w BZP: 2025/BZP 00210122/14/P

2.10.) Identyfikator pozycji planu postępowań:

1.3.18 Kampania reklamowa Google Ads dla Biura Rekrutacji i Szkoły Doktorskiej.

2.11.) Czy zamówienie albo umowa ramowa dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej: Nie

2.13.) Zamówienie/umowa ramowa było poprzedzone ogłoszeniem o zamówieniu/ogłoszeniem o zamiarze zawarcia umowy: Tak

2.14.) Numer ogłoszenia: 2025/BZP 00411005

SEKCJA III – TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA LUB ZAWARCIA UMOWY RAMOWEJ

3.1.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 1 ustawy

SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

4.1.) Numer referencyjny: A0CZZ000.240.44.2025

4.2.) Zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania: Nie

4.4.) Rodzaj zamówienia: Usługi

4.5.1.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest usługa przeprowadzenia kampanii reklamowej (Google Ads) rekrutacji na studia na UPWr oraz do Szkoły Doktorskiej UPWr w latach 2025-2028 i obejmuje on 3 zadania:
1. Zadanie pierwsze: przeprowadzenie kampanii reklamowej rekrutacji na studia na UPWr I i II stopnia mającej na celu dotarcie z ofertą do osób potencjalnie zainteresowanych podjęciem studiów I, II stopnia. Niniejsze zamówienie obejmuje płatne działania w internecie (Google Ads oraz Meta Ads - w tym youtube, facebook, instagram oraz tiktok) – emisję kampanii, realizowane z wykorzystaniem kont i kanałów administrowanych przez Zamawiającego lub Wykonawcę. W przypadku administrowania kontami przez Wykonawcę niezbędne jest udostępnienie bieżącego widoku tych kont Zamawiającemu. Od Wykonawcy oczekuje się przygotowania strategii i taktyki doboru mediów do realizacji kampanii, która sprowadzi (rocznie, w okresie realizacji kampanii) do systemu Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK) co najmniej 13 000 unikalnych użytkowników w tym: na studia I stopnia i jednolite studia magisterskie (dalej: JSM) (12 000 unikalnych użytkowników) oraz na studia II stopnia (1 000 unikalnych użytkowników). Przez sprowadzenie do systemu należy rozumieć pozyskanie użytkownika, który założy konto w systemie.
2. Zadanie drugie: obejmuje realizację kampanii reklamowej Google Ads dla Szkoły Doktorskiej (dalej SD) mającej na celu dotarcie do kandydatów zainteresowanych studiami w SD. Od Wykonawcy oczekuje się przygotowania strategii i taktyki doboru mediów do realizacji kampanii, która sprowadzi (rocznie, w okresie realizacji kampanii) 350 użytkowników do systemu Dream Apply na studia w SD UPWr. Przez sprowadzenie do systemu należy rozumieć pozyskanie użytkownika, który założy konto w systemie.
3. Zadanie trzecie: przeszkolenie Zamawiającego z zakresu śledzenia wyników i najważniejszych wskaźników kampanii. Zamawiający przewiduje trzy szkolenia w okresie obowiązywania umowy, tj. jedno szkolenie rocznie, przeprowadzone odpowiednio w roku akademickim 2025/26, 2026/27, 2027/28. Przewiduje się każdorazowo szkolenie dla 3 - 5 osób, maksymalnie do 6 godzin, online lub stacjonarnie w Biurze Rekrutacji - Plac Grunwaldzki 24a, pok.138, 50-363 Wrocław. Przedmiot zamówienia obejmuje realizację 3 cyklów rekrutacyjnych. Przez cykl rekrutacyjny rozumie się wszystkie rekrutacje na studia I i II stopnia, jednolite studia magisterskie oraz do Szkoły Doktorskiej, w danym roku kalendarzowym.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia oraz zakres jego realizacji, znajdują się w dokumencie pn. „Projektowane postanowienia umowy” (dalej: Wzór umowy), stanowiący Załącznik nr 5 do SWZ.

4.5.3.) Główny kod CPV: 79342000-3 - Usługi marketingowe

SEKCJA V ZAKOŃCZENIE POSTĘPOWANIA

5.1.) Postępowanie zakończyło się zawarciem umowy albo unieważnieniem postępowania: Postępowanie/cześć postępowania zakończyła się unieważnieniem

5.2.) Podstawa prawna unieważnienia postępowania: art. 255 pkt 3 ustawy

5.2.1.) Przyczyna unieważnienia postępowania:
Uzasadnienie faktyczne: Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zamówienia kwotę 744 500,00 zł. W postępowaniu złożono dwie oferty, z których oferta z najniższą ceną podlega odrzuceniu, jako oferta z ceną rażąco niską. Cena drugiej złożonej oferty wynosi 7 987 644,60 zł, a zatem przewyższa znacząco kwotę, jaką Zamawiający zmierza przeznaczyć na realizację zamówienia. Zamawiający nie może zwiększyć środków finansowych do ceny najkorzystniejszej oferty.

SEKCJA VI OFERTY

6.1.) Liczba otrzymanych ofert lub wniosków: 2

6.1.3.) Liczba otrzymanych od MŚP: 2

6.1.4.) Liczba ofert wykonawców z siedzibą w państwach EOG innych niż państwo zamawiającego: 0

6.1.5.) Liczba ofert wykonawców z siedzibą w państwie spoza EOG: 0

6.1.6.) Liczba ofert odrzuconych, w tym liczba ofert zawierających rażąco niską cenę lub koszt: 1

6.2.) Cena lub koszt oferty z najniższą ceną lub kosztem: 7987644,60 PLN

6.3.) Cena lub koszt oferty z najwyższą ceną lub kosztem: 7987644,60 PLN