**ИНФОРМАЦИЯ ПО ПРЕДМЕТУ КОНКУРСА**

**1. Техническое задание**

**1.1. Стоимость услуг**

| №п/п | Наименование | Единица измерения | Кол-во | Начальная максимальная цена за ед., руб. без НДС | Начальная максимальная цена за ед., руб. с НДС | Начальная максимальная цена ВСЕГО(без НДС), руб. | Начальная максимальная цена ВСЕГО(с НДС), руб. |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД»(4 волны\*) | 1 волна | 4 | 2 122 881,36 | 2 505 000,00 | 8 491 525,44 | 10 020 000,02 |
| 2. | Изучение восприятия навигационной системы\*\* на тестовых полигонах\*\*\* (2 тестовых полигона) | 1 тестовый полигон | 2 | 495 762,71 | 585 000,00 | 991 525,42 | 1 170 000,00 |
| 3 | Тестирование\*\*\*\* концепции рекламного ролика | 1 тести-рование | 1 | 2 330 508,47 | 2 749 999,99  | 2 330 508,47 | 2 749 999,99  |
| 4 | Исследование отношения населения к компаниям –генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г. Сочи в 2014 г.  | 1 исследо-вание | 1 | 1 750 000,00 | 2 065 000,00 | 1 750 000,00 | 2 065 000,00 |
| 5 | Изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД» | 1 исследо-вание | 1 | 7 046 610,16 | 8 314 999,99  | 7 046 610,16 | 8 314 999,99   |
| ИТОГО | 20 610 169,49 | 24 320 000,00 |

***\*****Под «волнами» понимаются последовательные этапы исследования.*

*\*\* Под «навигационной системой» понимается совокупность объектов, которая позволяет пользователю инфраструктуры ОАО «РЖД» определить свое местонахождение в пространстве, а также направление и маршрут движения в точку Б из точки А.*

*\*\*\* Под «тестовым полигоном» понимается вокзал, остановочный пункт и.т.д., на котором установлены элементы новой навигационной системы.*

*\*\*\*\* Под «тестированием» понимается процесс определения соответствия предмета испытания заданным спецификациям.*

**1.2. Календарный план**

| № пп/п | Наименование этапов Услуг | Срок выполнения,начало-окончание (месяц, год) | Отчетные документы |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 4 | 5 |
| Этап 1: октябрь 2013 |
| 1.1. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» – 1 волна исследования (в соответствии с пунктом 11.4.1 технического задания настоящей конкурсной документации (далее - ТЗ) | Октябрь 2013 года  | 1 аналитический отчет |
| 1.2. | Изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах – 1 тестовый полигон (в соответствии с пунктом 11.4.2 ТЗ) | Октябрь 2013 года  | Анкета, задание для эксперимента (поиск объектов на вокзале / остановочном пункте), 1 аналитический отчет по результатам исследования (по одному тестовому полигону) |
| 1.3. | Исследование отношения населения к компаниям – генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г. Сочи 2014 г. (в соответствии с пунктом 11.4.3 ТЗ) | Октябрь 2013 года | Аналитический отчет по результатам исследования |
| 1.4. | Тестирование концепции рекламного ролика (в соответствии с пунктом 11.4.4 ТЗ) | Октябрь 2013 года | Анкета для отбора респондентов, сценарий проведения фокус-групп,аналитический отчет по результатам исследования |
| Этап 2: октябрь 2013 – ноябрь 2013 |
| 2.1. | Изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД» (в соответствии с пунктом 11.4.5 ТЗ) | Октябрь 2013 года – ноябрь 2013 года | Сценарий проведения фокус-групп и экспертных интервью, анкета для отбора респондентов, анкета для количественного исследования,3 аналитических отчета по результатам исследования |
| 2.2. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» – 2 волны исследования (в соответствии с пунктом 11.4.1 ТЗ) | Октябрь – ноябрь 2013 года | 2 аналитических отчета |
| Этап 3: ноябрь 2013 – декабрь 2013 |
| 3.1. | Изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах – 1 тестовый полигон (в соответствии с пунктом 11.4.2 ТЗ) | Ноябрь – декабрь 2013 года  | 1 аналитический отчет по результатам исследования (по одному тестовому полигону) |
| 3.2. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» – 1 волна исследования (в соответствии с пунктом 11.4.1 ТЗ) | Декабрь 2013 года | 1 аналитический отчет |

**1.3. Цель оказания услуг:**

Проведение маркетинговых исследований по вопросам, актуальным для принятия решений в области корпоративных коммуникаций.

**1.4. Содержание услуг:**

**1.4.1. Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» (4 волны)**

***Цели и задачи оказания услуг:***

Цель исследования:

* Оценка узнаваемости элементов фирменного стиля ОАО «РЖД».

Задачи исследования:

* Оценка уровня узнаваемости элементов фирменного стиля ОАО «РЖД».
* Оценка динамики уровня узнаваемости элементов фирменного стиля ОАО «РЖД».
* Оценка знания рекламы ОАО «РЖД».

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Население Российской Федерации (далее – РФ) – физические лица |
| Методология | Количественное исследование – 4 волныКвартирный опрос (анкетирование)За основу берется аналогичное исследование 2012-го года, материалы которого предоставляются исполнителю Заказчиком по электронной почте  |
| География | 46 регионов РФ |
| Размер выборки | 1500-1700 интервью (для каждой волны исследования) |
| Квоты[[1]](#footnote-1) | Квота на пол, возраст и образование |
| Сроки проведения | Октябрь – декабрь 2013 г.  |

***Ожидаемые результаты:***

Всего 4 аналитических отчета – по одному по результатам каждой волны исследования.

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 4 аналитических отчета за весь 2013 год, согласно Календарному плану.

**1.4.2.** **Изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Изучение влияния навигационной системы на имидж ОАО «РЖД».

Задачи исследования:

* Оценка комфортности пребывания на тестовом полигоне.
* Влияние навигационной системы на комфортность пребывания на тестовом полигоне.
* Оценка новой навигационной системы с точки зрения эмоционального состояния посетителей.
* Влияние новой навигационной системы на восприятие бренда ОАО «РЖД».

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Посетители тестовых полигоновВозраст 18-55 лет |
| Методология | Личные интервью с элементами эксперимента |
| География | 2 тестовых полигона в г. Москве (остановочный пункт «Кунцево» и железнодорожный вокзал «Ленинградский») |
| Размер выборки | 480-520 интервью (по 240-260 интервью на каждом полигоне) |
| Квоты | Квота на пол, возраст и частоту посещения  |
| Сроки проведения | Октябрь – декабрь 2013 года |

***Ожидаемые результаты:***

1. Анкета, задание для эксперимента (поиск объектов на вокзале/ остановочном пункте);
2. 2 аналитических отчета по результатам исследования (по одному на каждый тестовый полигон).

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 2 аналитических отчета согласно календарному плану.

**1.4.3. Исследование отношения населения к компаниям – генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г. Сочи в 2014 г.**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Выявить отношение населения России к компаниям – генеральным партнерам зимних Олимпийских игр в г. Сочи в 2014 г. (далее – «Олимпийские игры»).

Задачи исследования:

* Выявить отношение аудитории к подготовке Олимпийских игр, степень осведомленности о компаниях – партнерах Олимпийских игр (в том числе ОАО «РЖД») и их вкладе в подготовку мероприятия.
* Оценка аудиторией рекламно-информационной активности компаний – партнеров Олимпийских игр.
* Осведомленность аудитории о вкладе ОАО «РЖД» в подготовку к Олимпийским играм.

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Население РФ – физические лица |
| Методология | Количественное исследование Квартирный опрос (анкетирование) |
| География | 46 регионов РФ |
| Размер выборки | 1500-1700 интервью  |
| Квоты | Квота на пол, возраст и образование |
| Сроки проведения | Октябрь 2013 г.  |

***Ожидаемые результаты:***

Аналитический отчет по результатам исследования.

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 1 аналитический отчет, согласно календарному плану.

**1.4.4. Тестирование концепции рекламного ролика**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Тестирование концепции рекламного ролика «Сочи-2014» (далее – «ролик»)\* с точки зрения влияния на восприятие бренда ОАО «РЖД».

*\* Концепция ролика передается исполнителю для тестирования Заказчиком по электронной почте не позднее 1 октября 2013 г.*

Задачи исследования:

* Изучить отношение к XXII зимним Олимпийским играм.
* Понять отношение к компаниям – генеральным партнерам Олимпийских игр.
* Определить знание аудиторий относительно вклада различных генеральных партнеров Олимпийских игр в организацию Олимпийских игр.
* Изучить восприятие рекламной активности генеральных партнеров Олимпийских игр.
* Изучить отношение к ОАО «РЖД» как к генеральному партнеру Олимпийских игр и его вкладу в подготовку к Олимпийским играм.
* Оценить концепцию ролика с точки зрения возможности ее использования в рекламной кампании ОАО «РЖД».

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Пользователи железнодорожного транспорта |
| Методология | Фокус-группы (по 6-8 представителей целевой аудитории в каждой фокус-группе) |
| География | Москва, Воронеж, Новосибирск, Самара, Сочи |
| Размер выборки | Всего 21 фокус-группа |
| Квоты | Квота на возраст и тип используемых перевозок  |
| Сроки проведения | Октябрь 2013 года |

***Ожидаемые результаты:***

1. Анкета для отбора респондентов, сценарий проведения фокус-групп;
2. 1 аналитический отчет по результатам исследования.

***Формат предоставления результатов оказанных Услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

# По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 1 аналитический отчет согласно календарному плану.

# 1.4.5. Изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД»

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Определить отношение целевых аудиторий к ОАО «РЖД» и руководству ОАО «РЖД».

Задачи исследования:

* Определить образ ОАО «РЖД» в восприятии целевых аудиторий, сформированный в результате коммуникационной деятельности ОАО «РЖД»:
* Оценить динамику восприятия образа ОАО «РЖД» (сравнение с данными предыдущих исследований);
* Определить ресурсы и угрозы: политические, экономические и социальные;
* Выявить наиболее эффективные каналы коммуникации.

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | I. Эксперты (региональные элиты[[2]](#footnote-2), грузоперевозчики и представители средств массовой информации) II. Население РФ: мужчины / женщины; 18 лет и старше |
| Методология | Эксперты: экспертные интервьюНаселение РФ: фокус-группы, количественный опрос При разработке инструментария и определении выборки за основу берется соответствующее исследование 2012 года, материалы которого предоставляются исполнителю Заказчиком по электронной почте |
| География | Экспертные интервью: по факту локации (*город проживания эксперта либо место его фактического местонахождения, если он в отъезде)* экспертовФокус-группы: Москва, Нижний Новгород, Челябинск, Хабаровск, Иркутск, Ростов-на-ДонуКоличественный опрос: 8 федеральных округов РФ  |
| Размер выборки | 50-60 экспертных интервью 24 фокус-группы1800-2200 респондентов |
| Квоты | Исследование среди экспертов: квоты по типу экспертовИсследование среди населения РФ: квоты на пол и возраст |
| Сроки проведения | Октябрь – ноябрь 2013 года |

***Ожидаемые результаты:***

1. Сценарий проведения фокус-групп и экспертных интервью, анкета для отбора респондентов, анкета для количественного исследования;
2. 3 аналитических отчета по результатам исследования (по одному отчету по результатам интервью, фокус-групп и опроса).

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 3 аналитических отчета согласно Календарному плану.

**2. Форма предоставления факта и результатов оказанных услуг:**

Форма предоставления факта и результатов оказанных услуг: акт сдачи-приемки услуг, отчет об оказанных услугах на бумажном носителе и отчетные материалы на CD-диске согласно календарному плану.

**Проект**

**ПРОЕКТ ДОГОВОРА№ \_\_\_\_\_\_**

г. Москва «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

# Открытое акционерное общество «Российские железные дороги», именуемое в дальнейшем «Заказчик», в лице начальника Департамента корпоративных коммуникаций Лунева Максима Михайловича, действующего на основании доверенности от двадцать восьмого февраля две тысячи тринадцатого года № 176-Д, с одной стороны, и \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, с другой стороны, именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

**1**. **Предмет Договора**

1.1. Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по оказанию услуг по проведению маркетинговых исследований (исследование по узнаваемости бренда «РЖД», изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД», изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах, тестирование концепции рекламного ролика, исследование отношения населения к компаниям - генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г.Сочи) (далее – «Услуги»).

1.2. Содержание Услуг, их результаты и требования к ним указаны в Техническом задании (приложение № 1).

1.3. Срок начала оказания Услуг по настоящему Договору – \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 года. Срок окончания оказания Услуг по настоящему Договору – \_\_ декабря 2013 года.

Сроки оказания отдельных этапов Услуг определяются в Календарном плане (приложение № 2).

1.4. Объем и содержание Услуг, требования к ним, а также сроки оказания Услуг могут быть пересмотрены Сторонами в случае существенных изменений обстоятельств, влияющих на выполнение Сторонами своих обязательств по настоящему Договору.

**2. Цена Договора и порядок оплаты**

2.1. Цена настоящего Договора составляет \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей 00 копеек, в том числе НДС (18%) – \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей \_\_ копеек.

2.2. Оплата оказанных Исполнителем Услуг осуществляется поэтапно в соответствии с Календарным планом после подписания Сторонами акта сдачи-приемки этапа Услуг (далее - акт сдачи-приемки) в течение 30 (тридцати) календарных дней после получения Заказчиком счета, счета-фактуры путем перечисления Заказчиком денежных средств на расчетный счет Исполнителя, указанный в разделе 12 настоящего Договора.

2.3. В случае существенных изменений факторов, влияющих на формирование цены настоящего Договора, а также на сроки и порядок осуществления расчетов по настоящему Договору, Заказчик вправе требовать не чаще, чем один раз в квартал, пересмотра условий расчетов за оказываемые по настоящему Договору Услуги в части уменьшения размера цены, исчисления сроков и размеров платежей по настоящему Договору. Указанные изменения оформляются Сторонами дополнительными соглашениями к настоящему Договору.

**3. Порядок сдачи и приемки Услуг**

3.1. По завершении оказания этапа Услуг Исполнитель представляет Заказчику подписанный со своей стороны акт сдачи-приемки в двух экземплярах, а также отчет, подтверждающий оказание Услуг.

3.2. Заказчик в течение 15 (пятнадцати) календарных дней с даты получения от Исполнителя акта сдачи-приемки направляет Исполнителю подписанный акт сдачи-приемки или мотивированный отказ от приемки Услуг с перечнем недостатков.

3.3. В случае мотивированного отказа Заказчика от приемки Услуг он вправе по своему выбору потребовать:

устранения недостатков за счет Исполнителя,

 соразмерного уменьшения цены настоящего Договора,

указав требование и сроки его выполнения в мотивированном отказе, либо расторгнуть настоящий Договор с применением последствий, указанных в пункте 9.5 настоящего Договора. Невыполнение требования Заказчика, предъявленного в соответствии с настоящим пунктом в установленный срок, также может служить основанием для расторжения настоящего Договора и применения последствий, указанных в пункте 9.5 настоящего Договора.

**4. Права и обязанности Сторон**

4.1. Исполнитель обязан:

4.1.1. Оказать Услуги в соответствии с требованиями настоящего Договора, законодательства Российской Федерации, требованиями, обычно предъявляемыми к данному виду Услуг.

4.1.2. В течение суток информировать Заказчика об обстоятельствах, которые создают невозможность оказания Услуг, и приостановить оказание Услуг до получения письменных указаний от Заказчика.

4.1.3. Не нарушать прав третьих лиц, принять участие в урегулировании требований, предъявленных к Заказчику, в связи с исполнением настоящего Договора, и возместить Заказчику связанные с такими требованиями расходы и убытки.

4.2. Исполнитель не вправе привлекать к оказанию Услуг по настоящему Договору третьих лиц без письменного согласия Заказчика.

4.3. Исполнитель обязан предоставить Заказчику информацию об изменениях в составе участников Исполнителя, включая конечных бенефициаров, и (или) в исполнительных органах Исполнителя не позднее, чем через 5 календарных дней после таких изменений.

В случае непредоставления Исполнителем указанной информации Заказчик вправе расторгнуть настоящий Договор в порядке, предусмотренном пунктом 9.3 настоящего Договора.

4.4. Заказчик обязан:

4.4.1. Передавать Исполнителю необходимую для оказания Услуг информацию.

4.4.2. Принять и оплатить Услуги в установленный срок в соответствии с условиями настоящего Договора.

4.5. Заказчик вправе отказаться от принятия исполнения и требовать возмещения убытков в случае, если в результате просрочки сроков оказания Услуг Исполнителем оказание Услуг утратило интерес для Заказчика.

4.6. Обо всех изменениях сведений, указанных в разделе 12 настоящего Договора, Стороны обязуются известить друг друга в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты их изменения.

**5. Конфиденциальность**

5.1. Исполнитель не вправе без письменного согласия Заказчика сообщать третьим лицам информацию, связанную или полученную в связи с выполнением настоящего Договора, и использовать ее для каких-либо целей, кроме связанных с выполнением обязательств по настоящему Договору, в том числе после прекращения настоящего Договора (далее – конфиденциальная информация).

5.2. Исполнитель не вправе передавать оригиналы или копии документов, полученные от Заказчика, третьим лицам без предварительного письменного согласия Заказчика.

5.3. Исполнитель обязуется обеспечить, чтобы его работники и другие привлекаемые к оказанию Услуг третьи лица также не нарушали требования конфиденциальности.

5.4. Исполнитель имеет право раскрывать конфиденциальную информацию государственным органам, уполномоченным запрашивать такую информацию в соответствии с законодательством Российской Федерации, на основании должным образом оформленного запроса на предоставление такой информации. При этом, Исполнитель обязан незамедлительно уведомить Заказчика о поступившем запросе и предпринять все необходимые и допустимые законом действия для предотвращения раскрытия конфиденциальной информации.

**6. Ответственность Сторон**

6.1. Исполнитель несет ответственность перед Заказчиком за действия привлекаемых им к оказанию Услуг третьих лиц как за собственные действия.

6.2. В случае сообщения третьим лицам конфиденциальной информации в нарушение раздела 5 настоящего Договора, Исполнитель возмещает Заказчику документально подтвержденные убытки и оплачивает штраф в размере 1% от цены настоящего Договора в течение 10 (десяти) календарных дней с даты предъявления Заказчиком соответствующего требования.

6.3. В случае нарушения Исполнителем сроков оказания Услуг, предусмотренных Календарным планом (приложение № 2), сроков выполнения требования Заказчика, предъявленного в соответствии с пунктом 3.3 настоящего Договора, Исполнитель уплачивает Заказчику пеню в размере 0,1 % от цены соответствующего этапа Услуг за каждый день просрочки в течение 10 (десяти) календарных дней с даты предъявления Заказчиком требования.

6.4. В случае ненадлежащего выполнения Исполнителем условий настоящего Договора, несоответствия результатов Услуг обусловленным Сторонами требованиям Исполнитель уплачивает штраф в размере 1% от цены настоящего Договора.

В случае возникновения при этом у Заказчика каких-либо убытков Исполнитель возмещает такие убытки Заказчику в полном объеме.

6.5. Перечисленные в настоящем Договоре штрафные санкции могут быть взысканы Заказчиком путем удержания причитающихся Исполнителю денежных сумм при оплате счетов Исполнителя. Если Заказчик не удержит по какой-либо причине сумму штрафных санкций, Исполнитель обязуется уплатить такую сумму по первому письменному требованию Заказчика.

Для целей расчета неустойки по настоящему Договору Стороны применяют цену Услуг (этапа Услуг), в том размере, в котором такая цена оплачена или подлежит оплате по настоящему Договор*у, с учетом НДС*.

6.6 Уплата Исполнителем неустойки и возмещение убытков не освобождают Исполнителя от выполнения обязательств в натуре по настоящему Договору.

6.7. В случаях, не предусмотренных настоящим Договором, за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств по настоящему Договору Стороны несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

**7. Обстоятельства непреодолимой силы**

7.1. Ни одна из Сторон не несет ответственности перед другой Стороной за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему Договору, обусловленное действием обстоятельств непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств, в том числе объявленной или фактической войной, гражданскими волнениями, эпидемиями, блокадами, эмбарго, пожарами, землетрясениями, наводнениями и другими природными стихийными бедствиями, изданием актов органов государственной власти.

7.2. Свидетельство, выданное торгово-промышленной палатой или иным компетентным органом, является достаточным подтверждением наличия и продолжительности действия обстоятельств непреодолимой силы.

7.3. Сторона, которая не исполняет свои обязательства вследствие действия обстоятельств непреодолимой силы, должна не позднее, чем в трёхдневный срок, известить другую Сторону в письменном виде о таких обстоятельствах и их влиянии на исполнение обязательств по настоящему Договору.

В случае неисполнения Стороной обязанности, предусмотренной в настоящем пункте, она лишается права ссылаться на обстоятельства непреодолимой силы как на обстоятельство, освобождающее ее от ответственности за ненадлежащее исполнение или неисполнение обязательств по настоящему Договору.

7.4. Действие обстоятельств непреодолимой силы продлевает срок выполнения обязательств по настоящему Договору на срок действия обстоятельств непреодолимой силы.

**8. Разрешение споров**

8.1. Все споры, возникающие при исполнении настоящего Договора, решаются Сторонами путем переговоров, которые могут проводиться, в том числе, путем отправления писем по почте, обмена факсимильными сообщениями.

8.2. Если Стороны не придут к соглашению путем переговоров, все споры рассматриваются в претензионном порядке. Срок рассмотрения претензии - три недели с даты ее получения.

8.3. В случае если споры не урегулированы Сторонами с помощью переговоров и претензионном порядке, то они передаются заинтересованной Сто­роной в Арбитражный суд г. Москвы.

**9. Порядок внесения изменений, дополнений в Договор**

**и его расторжения**

1. В настоящий Договор могут быть внесены изменения и дополнения, которые оформляются Сторонами дополнительными соглашениями к настоящему Договору.
2. Стороны вправе расторгнуть настоящий Договор (отказаться от исполнения настоящего Договора) по основаниям, в порядке и с применением последствий, предусмотренных настоящим Договором и законодательством Российской Федерации. При этом, Заказчик вправе в любое время расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке.
3. Расторжение настоящего Договора в одностороннем порядке (отказ от исполнения настоящего Договора) осуществляется путем направления одной Стороной письменного уведомления об этом другой Стороне не позднее, чем за 30 (тридцать) календарных дней до даты прекращения действия настоящего Договора. Настоящий Договор считается прекращенным с даты, указанной в уведомлении о расторжении настоящего Договора.
4. В случае расторжения настоящего Договора (отказа от исполнения настоящего Договора) по инициативе Заказчика, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 9.5 настоящего Договора, или по причинам, за которые ни одна из Сторон не отвечает, оплате подлежат обоснованные, необходимые, фактически понесенные, документально подтвержденные Исполнителем расходы до даты получения Исполнителем уведомления о расторжении настоящего Договора или подписания соглашения о расторжении настоящего Договора.
5. В случае расторжения настоящего Договора (отказа от исполнения настоящего Договора) по причинам, связанным с ненадлежащим выполнением Исполнителем условий настоящего Договора, несоответствием результатов Услуг требованиям настоящего Договора, Исполнитель не вправе требовать оплаты, а также обязан вернуть полученные по настоящему Договору денежные средства и возместить убытки Заказчика в течение 7 (семи) календарных дней с даты предъявления Заказчиком соответствующего требования.

**10. Срок действия Договора**

10.1. Настоящий Договор вступает в силу с даты его подписания Сторонами и действует до полного исполнения Сторонами своих обязательств по настоящему Договору.

10.2. *Действие настоящего Договора распространяется на отношения Сторон, возникшие до вступления его в силу, с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 года, но не ранее даты подведения итогов конкурсной процедуры, на основании которой заключается Договор.*

**11. Прочие условия**

11.1. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

11.2. Все приложения к настоящему Договору являются его неотъемлемыми частями.

11.3. К настоящему Договору прилагаются:

11.3.1. Техническое задание (приложение № 1);

11.3.2. Календарный план (приложение №2);

11.3.3. Калькуляция (приложение №3).

**12. Адреса и реквизиты Сторон**

|  |  |
| --- | --- |
| **Заказчик:** Открытое акционерное общество «Российские железные дороги»(ОАО «РЖД») | **Исполнитель:** |
| Юридический адрес: 107174, г. Москва, ул. Новая Басманная, д. 2Фактический (почтовый) адрес: 107174, г.Москва, ул. Новая Басманная, д. 2 |  |
| ИНН /КПП: 7708503727/ 997650001 |  |
| Р/с 40702810700104183001БИК 044525562к/с 30101810600000000562в ОАО «ТрансКредитБанк» г. Москва |  |
| ОКПО 00083262 |  |
| ОКАТО 45286555000 |  |

**от Заказчика: от Исполнителя:**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Лунев М.М.М.П.  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**М.П. |

Приложение № 1

к Договору №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.

**Техническое задание**

**1. Основание для оказания услуг:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**2. Заказчик:** открытое акционерное общество «Российские железные дороги»*.*

**3. Исполнитель:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**4. Цель оказания услуг:**

Проведение маркетинговых исследований по вопросам, актуальным для принятия решений в области корпоративных коммуникаций.

**5. Содержание услуг:**

**5.1. Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» (4 волны)**

***Цели и задачи оказания услуг:***

Цель исследования:

* Оценка узнаваемости элементов фирменного стиля ОАО «РЖД».

Задачи исследования:

* Оценка уровня узнаваемости элементов фирменного стиля ОАО «РЖД».
* Оценка динамики уровня узнаваемости элементов фирменного стиля ОАО «РЖД».
* Оценка знания рекламы ОАО «РЖД».

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Население Российской Федерации (далее – РФ) – физические лица |
| Методология | Количественное исследование – 4 волныКвартирный опрос (анкетирование)За основу берется аналогичное исследование 2012-го года, материалы которого предоставляются исполнителю Заказчиком по электронной почте  |
| География | 46 регионов РФ |
| Размер выборки | 1500-1700 интервью (для каждой волны исследования) |
| Квоты[[3]](#footnote-3) | Квота на пол, возраст и образование |
| Сроки проведения | Октябрь – декабрь 2013 г.  |

***Ожидаемые результаты:***

Всего 4 аналитических отчета – по одному по результатам каждой волны исследования.

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 4 аналитических отчета за весь 2013 год, согласно Календарному плану.

**5.2. Изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Изучение влияния навигационной системы на имидж ОАО «РЖД».

Задачи исследования:

* Оценка комфортности пребывания на тестовом полигоне.
* Влияние навигационной системы на комфортность пребывания на тестовом полигоне.
* Оценка новой навигационной системы с точки зрения эмоционального состояния посетителей.
* Влияние новой навигационной системы на восприятие бренда ОАО «РЖД».

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Посетители тестовых полигоновВозраст 18-55 лет |
| Методология | Личные интервью с элементами эксперимента |
| География | 2 тестовых полигона в г. Москве (остановочный пункт «Кунцево» и железнодорожный вокзал «Ленинградский») |
| Размер выборки | 480-520 интервью (по 240-260 интервью на каждом полигоне) |
| Квоты | Квота на пол, возраст и частоту посещения  |
| Сроки проведения | Октябрь – декабрь 2013 года  |

***Ожидаемые результаты:***

1. Анкета, задание для эксперимента(поиск объектов на вокзале/ остановочном пункте);
2. 2 аналитических отчета по результатам исследования (по одному на каждый тестовый полигон).

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 2 аналитических отчета согласно календарному плану.

**5.3. Исследование отношения населения к компаниям – генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г. Сочи в 2014 году**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Выявить отношение населения России к компаниям – генеральным партнерам зимних Олимпийских игр в г. Сочи в 2014 г. (далее – «Олимпийские игры»).

Задачи исследования:

* Выявить отношение аудитории к подготовке Олимпийских игр, степень осведомленности о компаниях – партнерах Олимпийских игр (в том числе ОАО «РЖД») и их вкладе в подготовку мероприятия.
* Оценка аудиторией рекламно-информационной активности компаний – партнеров Олимпийских игр.
* Осведомленность аудитории о вкладе ОАО «РЖД» в подготовку к Олимпийским играм.

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Население РФ – физические лица |
| Методология | Количественное исследование Квартирный опрос (анкетирование) |
| География | 46 регионов РФ |
| Размер выборки | 1500-1700 интервью  |
| Квоты | Квота на пол, возраст и образование |
| Сроки проведения, | Октябрь 2013 г.  |

***Ожидаемые результаты:***

Аналитический отчет по результатам исследования.

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 1 аналитический отчет, согласно календарному плану.

**5.4. Тестирование концепции рекламного ролика**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Тестирование концепции рекламного ролика «Сочи-2014» (далее – «ролик»)\* с точки зрения влияния на восприятие бренда ОАО «РЖД».

*\* Концепция ролика передается исполнителю для тестирования Заказчиком по электронной почте не позднее 1 октября 2013 года.*

Задачи исследования:

* Изучить отношение к XXII зимним Олимпийским играм.
* Понять отношение к компаниям – генеральным партнерам Олимпийских игр.
* Определить знание аудиторий относительно вклада различных генеральных партнеров Олимпийских игр в организацию Олимпийских игр.
* Изучить восприятие рекламной активности генеральных партнеров Олимпийских игр.
* Изучить отношение к ОАО «РЖД» как к генеральному партнеру Олимпийских игр и его вкладу в подготовку к Олимпийским играм.
* Оценить концепцию ролика с точки зрения возможности ее использования в рекламной кампании ОАО «РЖД».

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Пользователи железнодорожного транспорта |
| Методология | Фокус-группы (по 6-8 представителей целевой аудитории в каждой фокус-группе)  |
| География | Москва, Воронеж, Новосибирск, Самара, Сочи |
| Размер выборки | Всего 21 фокус-группа |
| Квоты | Квота на возраст и тип используемых перевозок  |
| Сроки проведения | Октябрь 2013 года |

***Ожидаемые результаты:***

1. Анкета для отбора респондентов, сценарий проведения фокус-групп;
2. 1 аналитический отчет по результатам исследования.

***Формат предоставления результатов оказанных Услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 1 аналитический отчет согласно календарному плану.

**5.5. Изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД»**

***Цель и задачи исследования:***

Цель исследования:

* Определить отношение целевых аудиторий к ОАО «РЖД» и руководству ОАО «РЖД».

Задачи исследования:

* Определить образ ОАО «РЖД» в восприятии целевых аудиторий, сформированный в результате коммуникационной деятельности ОАО «РЖД»:
* Оценить динамику восприятия образа ОАО «РЖД» (сравнение с данными предыдущих исследований);
* Определить ресурсы и угрозы: политические, экономические и социальные;
* Выявить наиболее эффективные каналы коммуникации.

***Архитектура исследования: состав услуг и методология***

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | I. Эксперты (региональные элиты[[4]](#footnote-4), грузоперевозчики и представители средств массовой информации) II. Население РФ: мужчины / женщины; 18 лет и старше |
| Методология | Эксперты: экспертные интервьюНаселение РФ: фокус-группы, количественный опрос При разработке инструментария и определении выборки за основу берется соответствующее исследование 2012 года, материалы которого предоставляются исполнителю Заказчиком по электронной почте |
| География | Экспертные интервью: по факту локации (*город проживания эксперта либо место его фактического местонахождения, если он в отъезде)* экспертовФокус-группы: Москва, Нижний Новгород, Челябинск, Хабаровск, Иркутск, Ростов-на-ДонуКоличественный опрос: 8 федеральных округов РФ  |
| Размер выборки | 50-60 экспертных интервью 24 фокус-группы1800-2200 респондентов |
| Квоты | Исследование среди экспертов: квоты по типу экспертовИсследование среди населения РФ: квоты на пол и возраст |
| Сроки проведения | Октябрь – ноябрь 2013 года |

***Ожидаемые результаты:***

1. Сценарий проведения фокус-групп и экспертных интервью, анкета для отбора респондентов, анкета для количественного исследования;
2. 3 аналитических отчета по результатам исследования (по одному отчету по результатам интервью, фокус-групп и опроса).

***Формат предоставления результатов оказанных услуг Заказчику***

Электронный документ AdobeAcrobat (pdf) для печати в цветном режиме. Передается по электронной почте.

По необходимости сроки подготовки отчета, а также цели, задачи и архитектура исследования могут быть уточнены по согласованию сторон в текущем режиме. Согласование уточнений следует оформлять в официальной переписке. Всего предоставляется 3 аналитических отчета согласно Календарному плану.

**6. Форма предоставления факта и результатов оказанных услуг.**

Форма предоставления факта и результатов оказанных услуг: акт сдачи-приемки услуг, отчет об оказанных услугах на бумажном носителе и отчетные материалы на CD-диске согласно Календарному плану.

**от Заказчика: от Исполнителя:**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Лунев М.М.М.П.  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**М.П. |

Приложение № 2

к Договору №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.

**Календарный план**

Наименование Услуг: «Маркетинговые исследования (исследование по узнаваемости бренда «РЖД», изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД», изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах, тестирование концепции рекламного ролика, исследование отношения населения к компаниям - генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г.Сочи)»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп/п | Наименование этапов Услуг | Цена Услуг, втом числе НДС,в руб. | Срок выполнения,начало-окончание (месяц, год) | Отчетные документы |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **Этап 1:** | Октябрь 2013 |
| 1.1. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» – 1 волна исследования(в соответствии с пунктом 5.1 технического задания (далее – ТЗ). |  | Октябрь 2013 года  | 1 аналитический отчет. |
| 1.2. | Изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах – 1 тестовый полигон (в соответствии с пунктом 5.2 ТЗ). |  | Октябрь 2013 года  | Анкета, задание для эксперимента (поиск объектов на вокзале / остановочном пункте), 1 аналитический отчет по результатам исследования (по одному тестовому полигону). |
| 1.3. | Исследование отношения населения к компаниям – генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г. Сочи 2014 (в соответствии с пунктом 5.3 ТЗ). |  | Октябрь 2013 года | Аналитический отчет по результатам исследования. |
| 1.4. | Тестирование концепции рекламного ролика (в соответствии с пунктом 5.4 ТЗ). |  | Октябрь 2013 года | Анкета для отбора респондентов, сценарий проведения фокус-групп,аналитический отчет по результатам исследования. |
| **Итого по 1 этапу:**  |  |
| **Этап 2:** | Октябрь 2013 – ноябрь 2013 |
| 2.1. | Изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД» (в соответствии с пунктом 5.5 ТЗ). |  | Октябрь 2013 года – ноябрь 2013 года | Сценарий проведения фокус-групп и экспертных интервью, анкета для отбора респондентов, анкета для количественного исследования,3 аналитических отчета по результатам исследования. |
| 2.2. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» – 2 волны исследования(в соответствии с пунктом 5.1 ТЗ). |  | Октябрь – ноябрь 2013 года | 2 аналитических отчета.  |
| **Итого по 2 этапу:**  |  |
| **Этап 3:** | Ноябрь 2013 – декабрь2013 |
| 3.1. | Изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах – 1 тестовый полигон (в соответствии с пунктом 5.2 ТЗ). |  | Ноябрь – декабрь 2013 года  | 1 аналитический отчет по результатам исследования (по одному тестовому полигону). |
| 3.2. | Исследование по оценке узнаваемости бренда ОАО «РЖД» – 1 волна исследования(в соответствии с пунктом 5.1 ТЗ). |  | Декабрь 2013 года | 1 аналитический отчет.  |
| **Итого по 3 этапу:**  |  |
| **Итого:** |  |

**от Заказчика: от Исполнителя:**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Лунев М.М.М.П.  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**М.П. |

|  |
| --- |
| Приложение № 3к Договору №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.  |

**Калькуляция**

Наименование Услуг: «Маркетинговые исследования (исследование по узнаваемости бренда «РЖД», изучение отношения целевых аудиторий к ОАО «РЖД», изучение восприятия навигационной системы на тестовых полигонах, тестирование концепции рекламного ролика, исследование отношения населения к компаниям - генеральным партнерам XXII зимних Олимпийских игр в г.Сочи)».

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование статей | Суммавсего,тыс. руб | Сумма на 20\_\_ г., тыс. руб. |
|  |  | ВсегоНа20\_\_ г. | I этап | II этап | III этап |
| 1. Оплата Услуг, выполняемых соисполнителями |  |  |  |  |  |
| 2. Оборудование |  |  |  |  |  |
| 3. Материалы |  |  |  |  |  |
| 4. Заработная плата, всегов том числе: |  |  |  |  |  |
| 4.1. Списочного состава |  |  |  |  |  |
| 4.2. Не списочного состава |  |  |  |  |  |
| 5. Начисления на заработную плату (в т.ч. единый социальный налог) |  |  |  |  |  |
| 6. Накладные расходы |  |  |  |  |  |
| 7. Прочие расходы |  |  |  |  |  |
| **Всего расходов (исключая ст.1)** |  |  |  |  |  |
| 8. Рентабельность (до 10%) |  |  |  |  |  |
| ИТОГО  |  |  |  |  |  |
| ВСЕГОв том числе НДС |  |  |  |  |  |

# Генеральный директор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# Главный бухгалтер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Под «квотой» подразумевается распределение участников в долях по указанным характеристикам. [↑](#footnote-ref-1)
2. Под «региональными элитами» понимаются представители органов государственной власти регионального уровня, а также представители значимого для региона бизнеса, общественные деятели, деятели науки, культуры и спорта и другие значимые для региона персоналии. [↑](#footnote-ref-2)
3. Под «квотой» подразумевается распределение участников в долях по указанным характеристикам. [↑](#footnote-ref-3)
4. Под «региональными элитами» понимаются представители органов государственной власти регионального уровня, а также представители значимого для региона бизнеса, общественные деятели, деятели науки, культуры и спорта и другие значимые для региона персоналии. [↑](#footnote-ref-4)