

**CONCURSO PÚBLICO CP/05/ISCSP/2024**  
**CADERNO DE ENCARGOS PARA A AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

**PARTE I**  
**CLÁUSULAS JURÍDICAS**

**CAPÍTULO I**  
**DISPOSIÇÕES INICIAIS**

**Artigo 1.º**

**Objeto**

O presente caderno de encargos tem por objeto a aquisição de serviços de publicidade, conforme as especificações definidas no anexo I.

**Artigo 2.º**

**Contrato**

1. O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e seus anexos e será reduzido a escrito, integrando igualmente os elementos elencados nas disposições aplicáveis do CCP, aprovado pelo Decreto-Lei nº 18/2008, de 29 de janeiro (CCP), alterado e republicado pelo Decreto-Lei nº 111-B/2017, de 31 de agosto.
2. Para além dos elementos referidos pelo número anterior, os contratos a celebrar integram ainda:
  - a) Os suprimientos dos erros e das omissões do caderno de encargos identificados pelo concorrente, desde que esses erros e omissões tenham sido expressamente aceites pelo órgão competente para a decisão de contratar;
  - b) Os esclarecimentos e as retificações relativos ao caderno de encargos;
  - c) O caderno de encargos;
  - d) A proposta adjudicada;
  - e) Os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo adjudicatário.
3. Em caso de divergência entre os documentos referidos no número anterior, a ordem de prevalência é a que nele se dispõe.

**Artigo 3.º**

**Duração de Contrato**

1. O contrato inicia-se a 01 de janeiro de 2025 e vigorará até 31 de dezembro de 2025, ou até serem executados todos os montantes contratualizados, sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do mesmo.
2. As partes obrigam-se a cumprir fiel e imperativamente todos os prazos acordados.

**Artigo 4.º**

**Gestor de Contrato**

1. Para o acompanhamento permanente e para a garantia da boa execução do contrato, é designado o gestor de contrato, de acordo com o previsto no artigo 290.ºA do CCP.
2. O gestor detetará os desvios, defeitos ou outras anomalias na execução do contrato, identificando e propondo medidas corretivas que se revelem adequadas, ao órgão competente para a decisão de contratar.

**Artigo 5.º**

**Resolução do Contrato**

1. O incumprimento, por uma das partes, dos deveres resultantes do contrato confere, nos termos gerais de direito, à outra parte o direito de resolver o contrato, sem prejuízo das correspondentes indemnizações legais.
2. Caso se verifique que a entidade adjudicatária não afete ao objeto de contrato, os recursos necessários e identificados na sua proposta, bem como não dê cumprimento aos prazos definidos no caderno de encargos, a entidade adjudicante procederá à resolução imediata do contrato,

sem obrigação de pagamento de qualquer indemnização, salvo cessão da posição contratual por incumprimento da entidade adjudicatária, prevista em caderno de encargos.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTIPULAÇÕES CONTRATUAIS**

#### **Secção I**

#### **Obrigações**

##### **Artigo 6.º**

##### **Obrigações da Entidade Adjudicatária**

1. São obrigações da entidade adjudicatária:
  - a) Fornecer à entidade adjudicante o objeto de contrato, em conformidade com as características técnicas e requisitos do fornecimento definidos no anexo I do presente caderno de encargos não submetidas à concorrência;
  - b) Fornecer o objeto de contrato à entidade adjudicante, conforme as normas legais e ambientais vigentes aplicáveis ao exercício da atividade e demais documentos contratuais;
  - c) Entregar o serviço objeto de contrato dentro do prazo de execução, após a receção da nota de encomenda emitida e enviada pela entidade adjudicante;
  - d) Entregar os comprovativos necessários para verificação da execução do objeto contratual, designadamente exemplares das publicações realizadas e relatórios de performance digital ou outras consideradas relevantes considerando o formato da ação concretizada;
  - e) Faturar os serviços objeto de contrato aquando da sua realização. Caso exista entrega parcial dever-se-ão faturar apenas os serviços realizados;
  - f) Faturar o serviço objeto de contrato em conformidade com as condições de pagamento definidas;
  - g) Esclarecer a faturação em caso de discordância por parte da entidade adjudicante ou proceder à emissão de nova fatura devidamente corrigida;
  - h) Comunicar antecipadamente, logo que tenha conhecimento, à entidade adjudicante, os factos que tornem total ou parcialmente impossível o fornecimento do objeto do contrato, ou o cumprimento de qualquer outra das suas obrigações nos termos do contrato celebrado com a entidade adjudicante;
  - i) A entidade adjudicatária, fica ainda, obrigada a recorrer a todos os meios humanos e materiais necessários à perfeita e complexa execução das tarefas e obrigações a seu cargo;
  - j) Não alterar as condições da execução dos serviços definidos no caderno de encargos;
  - k) Comunicar qualquer facto que ocorra durante a execução do contrato e que altere, designadamente, a sua denominação social, os seus representantes legais com relevância para o fornecimento, a sua situação jurídica e a sua situação comercial;
  - l) Manter sigilo e garantir a confidencialidade, não divulgando quaisquer informações que obtenham no âmbito da formação do procedimento em causa e não utilizar as mesmas para fins alheios àquela execução, abrangendo esta obrigação todos os seus agentes, funcionários, colaboradores ou terceiros que nelas se encontrem envolvidos;
  - m) Possuir todas as autorizações, consentimentos, aprovações, registos e licenças necessários para o pontual cumprimento das obrigações assumidas no contrato.

##### **Artigo 7.º**

##### **Preço Base**

1. O preço máximo que a entidade adjudicante se dispõe a pagar para o contrato a celebrar é EUR 211 424,00 (duzentos e onze mil, quatrocentos e vinte e quatro euros), ao qual acrescem EUR 48 627,53 (quarenta e oito mil, seiscentos e vinte e sete euros e cinquenta e três cêntimos) correspondente ao IVA à taxa legal em vigor de 23%, perfazendo o total de EUR 260 051,53 (duzentos e sessenta mil, cinquenta e um euros e cinquenta e três cêntimos), considerando o seguinte:
  - a. Lote 1 – Publicidade em Órgãos de Comunicação Social: EUR 78 360,00 (setenta e oito mil, trezentos e sessenta euros) a acrescer IVA à taxa legal em vigor de 23%;

- b. Lote 2 – Publicidade Digital: EUR 110 464,00 (cento e dez mil, quatrocentos e sessenta e quatro euros) a acrescer IVA à taxa legal em vigor de 23%;
  - c. Lote 3 – Publicidade em Outdoors: EUR 22 600,00 (vinte e dois mil e seiscentos euros) a acrescer IVA à taxa legal em vigor de 23%.
2. O preço definido inclui todos os materiais de apoio necessários ao objeto do presente contrato.

#### **Artigo 8.º**

##### **Condições de pagamento**

1. Pela prestação do serviço, objeto do contrato, a entidade adjudicante deve pagar à entidade adjudicatária o valor constante das faturas enviadas, cumprindo com o valor contratual.
2. A quantia devida pela entidade adjudicante, nos termos da proposta a adjudicar, após análise que obedecerá ao critério definido, deve ser paga no prazo de 30 (trinta) dias após a receção pela entidade adjudicante da respetiva fatura.
3. Emitir as respetivas faturas, mensalmente, após realização das obrigações contratuais definidas no presente caderno de encargos.
4. Para efeitos dos números anteriores, a obrigação considera-se vencida após a receção de todo o serviço objeto de contrato em perfeitas condições de funcionamento.
5. Todos os encargos referidos nos números anteriores têm que incluir todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída ao adquirente, nomeadamente quaisquer encargos decorrentes da utilização, no fornecimento, de marcas registadas, patentes ou licenças.
6. Toda a faturação deve discriminar o serviço adquirido e os respetivos valores.
7. Desde que a(s) fatura(s) esteja(m) devidamente emitida(s) cumprindo com o valor contratual, e com o número de compromisso comunicado pela nota de encomenda emitida e enviada pela entidade adjudicante, as mesmas é(são) paga(s) através de transferência bancária ou cheque emitido à ordem da entidade adjudicatária.
8. Prestar os devidos esclarecimentos à entidade adjudicante, caso esta apresente dúvidas sobre os montantes faturados. Caso se justifique proceder à emissão de nova fatura devidamente corrigida.
9. A fatura deve ser emitida, transmitida e rececionada, conforme o disposto no artigo 299.º-B do Código dos Contratos Públicos e no Decreto-Lei n.º 123/2018, de 28 de dezembro, com as demais alterações resultantes do Decreto-Lei 14-A/2020, de 7 de abril, e conjugado com as disposições constantes da Portaria n.º 289/2019, de 5 de setembro, dado que desde 31 de dezembro de 2022, o Contraente Público não aceita a receção de faturas através do endereço de correio eletrónico [aprovisionamento@iscsp.ulisboa.pt](mailto:aprovisionamento@iscsp.ulisboa.pt) ou através do correio postal.
10. Para o efeito, o contraente Público aderiu ao Portal FE-AP, enquanto solução eletrónica para a receção de documentos eletrónicos, pelo que o Cocontratante deve iniciar o seu processo de *onboarding* à solução FE-AP, através do preenchimento do formulário [https://pt.surveymonkey.com/r/FE-AP\\_CIU](https://pt.surveymonkey.com/r/FE-AP_CIU). Em caso de dúvida, o cocontratante deverá solicitar o devido apoio e suporte em [https://www.espap.gov.pt/spfin/Paginas/FE\\_Duvidas\\_Fornecedores.aspx](https://www.espap.gov.pt/spfin/Paginas/FE_Duvidas_Fornecedores.aspx)

#### **Artigo 9.º**

##### **Local**

O objeto do contrato será efetuado nas instalações do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa (ISCSP-ULisboa), sito Rua Almerindo Lessa – Campus Universitário do Alto da Ajuda, 1300-663 Lisboa.

#### **Artigo 10.º**

##### **Força Maior**

1. Não podem ser impostas penalidades a entidade adjudicatária, nem é havida como incumprimento, a não realização pontual das prestações contratuais a cargo de qualquer das partes que resulte de caso de força maior, entendendo-se como tal as circunstâncias que impossibilitem a respetiva realização, alheias à vontade da parte afetada, que ela não pudesse conhecer ou prever à data da celebração do contrato e cujos efeitos não lhe fosse razoavelmente exigível contornar ou evitar.

2. Podem constituir força maior, se se verificarem os requisitos do número anterior, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, epidemias, sabotagens, greves, embargos ou bloqueios internacionais, atos de guerra ou terrorismo, motins e determinações governamentais ou administrativas injuntivas.
3. Não constituem força maior, designadamente:
  - a) Circunstâncias que não constituam força maior para os subcontratados da entidade adjudicatária, na parte em que intervenham;
  - b) Greves ou conflitos laborais limitados às sociedades da entidade adjudicatária ou a grupos de sociedades em que este se integre, bem como a sociedades ou grupos de sociedades dos seus subcontratados;
  - c) Determinações governamentais, administrativas, ou judiciais de natureza sancionatória ou de outra forma resultantes do incumprimento pela entidade adjudicatária de deveres ou ónus que sobre ele recaiam;
  - d) Manifestações populares devidas ao incumprimento pela entidade adjudicatária de normas legais;
  - e) Incêndios ou inundações com origem nas instalações da entidade adjudicatária cuja causa, propagação ou proporções se devam a culpa ou negligência sua ou ao incumprimento de normas de segurança;
  - f) Avarias nos sistemas informáticos ou mecânicos da entidade adjudicatária não devidas a sabotagem;
  - g) Eventos que estejam ou devam estar cobertos por seguros.
4. A ocorrência de circunstâncias que possam consubstanciar casos de força maior deve ser imediatamente comunicada à outra parte.
5. A força maior determina a prorrogação dos prazos de cumprimento das obrigações contratuais afetadas pelo período de tempo comprovadamente correspondente ao impedimento resultante da força maior.

## **Secção II**

### **Vicissitudes**

#### **Artigo 11.º**

##### **Sanções contratuais**

1. Pelo incumprimento de obrigações emergentes do contrato, a entidade adjudicante pode exigir à entidade adjudicatária o pagamento de pena pecuniária, por cada incumprimento registado, e em função da respetiva gravidade, de valor a fixar entre 1‰ e 5 ‰, sem IVA.
2. No caso de incumprimento do prazo fixado para a entrega dos serviços, por causa imputável à entidade adjudicatária, poderá a entidade adjudicante exigir a penalidade da forma seguinte:  $P = VCT \times A/100$   
em que P representa o Valor da Penalidade sem IVA, VCT corresponde ao Valor do Contrato e A representa o número de dias corridos de atraso do prazo fixado para a execução dos serviços, considerando o mapa de execução de serviços entregue pela entidade adjudicatária.
3. O limite máximo para o valor total das sanções contratuais aplicadas será regulado pelo disposto no artigoº 329 do CCP.

#### **Artigo 12.º**

##### **Atos e direitos de terceiros**

1. Sempre que o adjudicatário sofra atrasos na execução objeto do contrato em virtude de qualquer facto imputável a terceiros, deve, no prazo de 10 dias a contar da data em que tome conhecimento da ocorrência, informar, por escrito, ao ISCSP, a fim deste ficar habilitado a tomar as providências necessárias para diminuir ou recuperar tais atrasos.
2. No caso de todas as prestações objeto do contrato a executar pela entidade adjudicatária serem suscetíveis de provocar prejuízos ou perturbações, a entidade adjudicatária, se disso tiver ou dever ter conhecimento, comunica, antes do início da execução em causa, ou no decorrer desta, esse facto ao ISCSP para que este possa tomar as providências que julgue necessárias.

### **Artigo 13.º**

#### **Alterações ao contrato**

1. Qualquer alteração ou adenda ao contrato deverá constar de documento escrito assinado pelas partes, e produzirá efeitos a partir da data da respetiva assinatura.
2. A parte interessada na alteração deve comunicar, por escrito, à outra parte essa intenção, com uma antecedência mínima de 20 (vinte) dias em relação à data em que pretende ver introduzida a alteração.
3. A alteração do contrato não pode conduzir à modificação de aspetos essenciais do mesmo, nem constituir uma forma de impedir, restringir ou falsear a concorrência.
4. O contrato pode ser alterado por:
  - a) Acordo entre as partes, que não pode revestir forma menos solene que o contrato;
  - b) Decisão judicial ou arbitral;
  - c) Razões de interesse público.

### **Artigo 14.º**

#### **Cessão da posição contratual por incumprimento da entidade adjudicatária**

No caso da entidade adjudicatária incumprir o contrato de forma a dar origem à resolução sancionatória do mesmo, a entidade adjudicante pode, em substituição da resolução definitiva do contrato, proceder à cessão da posição contratual nos termos do artigo 318-Aº do CCP.

## **CAPÍTULO III DISPOSIÇÕES FINAIS**

### **Artigo 15.º**

#### **Comunicações e notificações**

1. Sem prejuízo de poderem ser acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes do contrato, estas devem ser redigidas, para o domicílio ou sede contratual de cada uma, identificados no contrato.
2. Qualquer alteração das informações constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte por escrito.

### **Artigo 16.º**

#### **Contagem dos prazos**

Os prazos previstos no contrato são contínuos, correndo em sábados, domingos e feriados.

### **Artigo 17.º**

#### **Foro competente**

Para resolução de todos os litígios decorrentes do contrato fica estipulada a competência do Tribunal Administrativo de Círculo de Lisboa, com expressa renúncia a qualquer outro.

### **Artigo 18.º**

#### **Legislação**

Em tudo o que não estiver previsto no presente contrato ou nos documentos a ele anexos e que dele fazem parte integrante, será regulado pelo Código dos Contratos Públicos, aprovado pelo Decreto-Lei nº 18/2008, de 29 de janeiro (CCP), alterado e republicado pelo Decreto-Lei nº 111-B/2017, de 31 de agosto.

### **Artigo 19.º**

#### **Proteção e tratamento de dados pessoais**

1. O adjudicatário compromete-se a assegurar cumprimento das obrigações decorrentes do Regulamento Geral de Proteção de Dados (doravante designado RGPD) – Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27/4 de 2016, e demais legislação que lhe seja aplicável relativa a dados pessoais, durante a vigência do contrato e, sempre que exigível, após a sua cessação, designadamente:
  - a) Utilizar os dados pessoais a que tenha acesso ou que lhe sejam transmitidos pela entidade adjudicante, única e exclusivamente para as finalidades previstas no contrato;

- b) Manter os dados pessoais estritamente confidenciais, cumprindo e garantindo o cumprimento do dever de sigilo profissional relativamente aos mesmos;
  - c) Cumprir quaisquer regras relacionadas com o tratamento de dados pessoais a que a entidade adjudicante esteja especialmente vinculada, desde que tais regras lhe sejam previamente comunicadas;
  - d) Pôr em prática as medidas técnicas e organizativas necessárias à proteção dos dados pessoais tratados por conta da entidade adjudicante, nomeadamente contra a respetiva destruição, acidental ou ilícita, a perda acidental, a alteração, a difusão ou o acesso não autorizados, bem como contra qualquer outra forma de tratamento ilícito dos mesmos;
  - e) Prestar à entidade adjudicante toda a colaboração de que esta careça para esclarecer qualquer questão relacionada com o tratamento de dados pessoais, efetuado ao abrigo do contrato;
  - f) Manter a entidade adjudicante informada em relação ao tratamento de dados pessoais, obrigando-se a comunicar de imediato qualquer situação que possa afetar o tratamento dos mesmos, ou que, de algum modo, possa dar origem ao incumprimento das disposições legais em matéria de proteção de dados pessoais;
  - g) Assegurar o cumprimento do RGPD e demais legislação relativa à proteção de dados, por todos os seus colaboradores, incluindo toda e qualquer pessoa singular ou coletiva que preste serviços ao adjudicatário, designadamente, representantes legais, trabalhadores, prestadores de serviços, procuradores e consultores, independentemente da natureza e validade do vínculo jurídico estabelecido entre o adjudicatário e o referido colaborador;
  - h) Assegurar que as pessoas autorizadas a tratar os dados pessoais assumiram um compromisso de confidencialidade ou estão sujeitas a adequadas obrigações legais de confidencialidade;
  - i) Não copiar, reproduzir, adaptar, modificar, alterar, apagar, destruir, difundir, transmitir, divulgar ou por qualquer outra forma colocar à disposição de terceiros os dados pessoais a que tenha acesso ou que lhe sejam transmitidos pela entidade adjudicante ao abrigo do contrato, exceto quando tal lhe tenha sido expressamente comunicado, por escrito, por esta ou quando decorra do cumprimento de uma obrigação legal;
  - j) Adotar as medidas de segurança previstas no artigo 32.º do RGPD, que assegurem a confidencialidade, a integridade, a disponibilidade e a resiliência dos sistemas e serviços de tratamento de dados pessoais;
  - k) Prestar a assistência necessária à entidade adjudicante no sentido de permitir que esta cumpra a obrigação de dar resposta aos pedidos dos titulares dos dados, tendo em vista o exercício dos direitos previstos no RGPD, nomeadamente o direito de acesso, retificação, oposição, apagamento, limitação e portabilidade dos seus dados pessoais;
  - l) Garantir a eficácia de mecanismo de notificação efetivo em caso de violação de dados pessoais para efeitos do cumprimento do previsto no art.º 33 do RGPD;
  - m) O adjudicatário não pode subcontratar o serviço relativamente ao qual é estabelecido o presente contrato, nem o tratamento de dados pessoais de titulares da entidade adjudicante, sem a prévia autorização desta, dada por escrito;
  - n) O adjudicatário deve apagar ou devolver (consoante a escolha da entidade adjudicante) todos os dados pessoais depois de concluída a prestação de serviços relacionada com o tratamento, apagando as cópias existentes, salvo se a conservação dos dados for exigida ao abrigo do direito da União Europeia ou da lei nacional;
  - o) O adjudicatário será responsável por qualquer prejuízo em que a entidade adjudicante venha a incorrer em consequência do tratamento, por parte do mesmo e/ou dos seus colaboradores, de dados pessoais em violação das normas legais aplicáveis.
2. Os dados pessoais a tratar no âmbito do contrato são, entre outros: o nome da entidade adjudicatária, o local de execução dos serviços, quaisquer nomes referidos, os endereços eletrónicos, bem como quaisquer dados considerados pessoais.
3. O tratamento de dados pessoais a realizar pelo adjudicatário é efetuado de acordo com as instruções do responsável pelo tratamento de dados, ou seja, a entidade adjudicante.
4. O adjudicatário deve declarar, sob compromisso de honra, de que possui as condições necessárias e suficientes à execução das medidas técnicas e organizativas previstas no RGPD.

5. Para os devidos efeitos, divulga-se o contacto do Encarregado de Proteção de Dados do ISCSP-ULisboa: [rgpd.iscsp@iscsp.ulisboa.pt](mailto:rgpd.iscsp@iscsp.ulisboa.pt) .

## **PARTE II ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS**

### **Artigo 20.º**

#### **Características técnicas, mapa de quantidades e especificidades da execução do contrato**

As características técnicas, mapa de quantidades e especificidades a ter em conta na execução do objeto de contrato encontram-se descritas no Anexo I do presente caderno de encargos.

### **Artigo 21.º**

#### **Defeitos ou discrepâncias**

No caso de não ser comprovada a total operacionalidade do serviço objeto do contrato, bem como a sua conformidade com as exigências legais, ou no caso de existirem defeitos ou diferenças com as características e requisitos técnicos definidos no Caderno de Encargos, o fornecedor deve proceder, à sua custa e no prazo razoável que for determinado pela entidade adjudicante, às substituições necessárias para garantir o cumprimento dos serviços calendarizados e das exigências legais e dos requisitos técnicos exigidos.

## **ANEXO I**

### **Especificações técnicas e quantidades**

Serviços de publicidade de divulgação dos seus produtos académicos para o ano letivo 2025/2026 e de promoção da imagem institucional no decurso do ano 2025, de acordo com as especificações definidas no plano publicitário abaixo designado.

Pretende-se que a entidade adjudicatária cumpra o plano de utilização de meios publicitários adaptado à campanha de marketing e comunicação do ISCSP relativa aos seus produtos de ensino e à promoção da sua imagem institucional.

**A apresentação de um plano de meios adequados à estratégia de comunicação definida pelo ISCSP deve contemplar os seguintes requisitos gerais:**

- O objetivo da campanha é divulgar e promover o ISCSP e a sua oferta educativa e/ou serviços junto dos seus públicos-alvo, ou seja, contempla campanhas de índole institucional/branding e campanhas específicas de produtos/serviços;
- Abrange candidatos à frequência de todos os ciclos de formação graduada, provenientes de Portugal, com ações particulares no Brasil;
- A divulgação da formação far-se-á nas áreas das Ciências Sociais e Políticas e em áreas formativas convergentes distribuídas pelos ciclos de estudos conferentes de grau (licenciaturas, mestrados e doutoramentos) e de não conferentes de grau, nomeadamente a formação avançada e especializada (Pós-Graduações e Cursos de Especialização);
- Os investimentos devem obedecer às necessidades do ISCSP, geridos em função dos ciclos de promoção institucional e com a aprovação prévia do Instituto;
- As propostas apresentadas pelos concorrentes devem incluir os custos associados à gestão e acompanhamento do plano proposto.

**A não apresentação de todas as ações publicitárias e promocionais que constam do Plano implica a exclusão do concorrente, exceto nos casos em que se comprove que o não cumprimento das mesmas decorre de factos não imputáveis à ação do concorrente.**

**A apresentação de ações publicitárias e promocionais que não cumpram integralmente as exigências do Plano implicam a exclusão do concorrente, exceto nos casos em que se comprove que o não cumprimento das mesmas decorre de factos não imputáveis à ação do concorrente.**

**Por exigências entende-se: características gerais identificadas; frequência da publicação; formatos; localização (nos casos aplicáveis); natureza do meio; tiragem e circulação paga (nos casos aplicáveis); share de audiência (nos casos aplicáveis); números de ações mínima previstas em cada item; características cromáticas.**



### **Plano Publicitário**

#### **Lote 1. Publicidade em Órgãos de Comunicação Social**

**O plano a apresentar terá de obedecer aos seguintes requisitos específicos mínimos:**

1. Realização de pelo menos 13 (treze) inserções offset em órgãos de comunicação social (imprensa escrita), sendo os materiais gráficos desenvolvidos pelo ISCS e entregues em arte final à entidade adjudicatária, nos prazos de antecedência aprovados pelo ISCS no plano de meios proposto pela entidade adjudicatária;
2. Realização de pelo menos 126 (cento e vinte e seis) spots de rádio, devendo a entidade adjudicatária contemplar a taxa de radiodifusão e a gravação de 6 anúncios a utilizar para a Rádio nacional, líder de mercado, nos segmentos etários 25-44 anos/classes ABC/entretenimento. Dos anúncios gravados, 3 gravações devem ser cedidas com direitos para utilização noutra plataforma;
3. Realização de pelo menos 72 (setenta e duas) inserções em spots em prime time, com complemento noutras faixas horárias, devendo a entidade adjudicatária contemplar os pontos mínimos de audiência brutos, de acordo com a duração do anúncio, com copy a fornecer pela entidade adjudicante. Devem ser incluídos todos os custos técnicos referentes ao envio dos materiais a veicular aos canais televisivos, devendo ser contemplada a colocação de 2 spots em plataforma de TV;
4. Garantia de pelo menos 160 000 (cento e sessenta mil) visualizações em spots no maior operador de publicidade em cinema, com copy a fornecer pela entidade adjudicante.

## Publicidade Impressa

Suporte		Formato	Localização	Sazonalidade	Cor	Inserções	Média Ponderada Circulação Total Impressa Paga (APCT 1.º Semestre de 2024) / Tiragem das Publicações (*)
Jornais Nacionais	Jornal nacional semanal, de grande tiragem, de informação geral	Invólucro ou suporte de distribuição	-	Pelo menos 70% entre 1 de fevereiro e 30 de setembro de 2025	Cor	1	37 400
	Especiais de Jornais nacionais diários ou semanais de Economia, Negócios e Gestão, dedicados ao Ensino Superior ou à formação executiva	Página	ímpar		Cor	2	1 820
		Página Júnior (A4)			Cor	1	815
	Especiais de Jornais nacionais diários, de informação geral, de grande tiragem, com edições dedicados ao ensino superior ou à formação executiva	Página	ímpar		Cor	1	10 305
Guias temáticos	Guias sobre as temáticas do ensino superior e/ou saídas profissionais de Jornal nacional semanal, de grande tiragem	Anúncio central de dupla página	-		Cor	1	37 400
		Página	ímpar		Cor	3	37 400
	Guias sobre as temáticas do ensino superior e/ou saídas profissionais de revistas dedicadas ao Ensino Superior	Contra capa ou verso de contra capa ou verso de capa	-		Cor	1	(*) 1 200
Revistas	Revistas de informação geral e nacional de grande tiragem, com especiais de ensino superior, formação executiva ou áreas relevantes para o objeto dos produtos a publicitar	Página	ímpar		Cor	1	15 448
					Cor	1	(*) 21 852
Publicações especializadas	Publicação especializada em Gestão de Recursos Humanos (com componente editorial – conteúdos, artigos de opinião, outros) encartada em Jornal nacional semanal de Economia, Negócios e Gestão.	Página Dupla	Interior		Cor	1	(*) 10 000
					Totais	13	

## Publicidade em Rádio

Suporte		Formato	Localização	Sazonalidade	Inserções	Share de audiência % (Bareme Rádio, 1º Semestre 2024)	Cobertura semanal % (Bareme Rádio, 1º Semestre 2024)
Rádio segmento ABC/entretenimento	Rádio nacional, líder de mercado, nos segmentos etários 25-44 anos/classes ABC/entretenimento. <sup>1</sup>	Spots 25"	Entre as 8h e as 19h	Entre 01 de abril a 31 de julho de 2025 (execução em 6 semanas)	<b>126</b>	>40%	> 22%
<b>Totais</b>					<b>126</b>		

## Publicidade em Televisão

Suporte		Formato	Localização	Sazonalidade	Inserções	Audiências (Cobertura # - Marktest/CAEM TV - de 1 a 21 de julho de 2024)
Canal televisivo segmento ABC/Notícias	Patrocínio de programa semanal, em prime time, no canal Pay TV líder de mercado no segmento de informação, para os segmentos etários 25-54 anos/classes ABC. <sup>2</sup>	Spots 5"	Spots Prime Time, com complemento noutras faixas horárias.	Entre 01 de abril a 31 de julho de 2025	56	196 300
		Spots 20"			16	
				Totais	72	

<sup>1</sup> A considerar a gravação de 6 spots com direitos para utilização de 3 dos spots noutra plataforma.

<sup>2</sup> A considerar a colocação de 2 spots em plataforma.

## Publicidade em Cinema

Suporte		Formato	Localização	Sazonalidade	Visualizações
Operador de Publicidade em Cinema	Presença no maior operador de publicidade em Cinema, com mais de 218 salas, com os custos de masterização dos filmes incluído	Spots 30"	Cobertura Nacional com exceção Grande Lisboa e Ilhas. O spot não deve passar em filmes de crianças.	Entre 1 de abril a 31 de Julho de 2025	<b>160 000</b>
				<b>Totais</b>	<b>160 000</b>

## Lote 2. Publicidade Digital

### O plano a apresentar terá de obedecer aos seguintes requisitos específicos mínimos:

1. Realização do valor mínimo de ações digitais indicado nos pontos 3 e 4, e elaboração dos materiais finais a publicitar (sujeitos a confirmação prévia à sua publicação pela entidade adjudicante), salvas exceções devidamente referidas no presente documento, ainda que sejam sempre facultados os elementos necessários para desenvolvimento dos conteúdos a publicitar (e.g. textos base, logótipos e demais informações);
2. Nos canais digitais terão de ser considerados os formatos de comunicação que obtenham maior impacto junto do(s) público(s)-alvo do ISCSP, capazes da melhor comunicação para os dois objetivos principais do plano: a promoção dos produtos académicos, através do desenvolvimento da sua divulgação, e a promoção institucional, visando uma maior interatividade e captação de público para o website oficial do ISCSP e respetivas redes sociais (LinkedIn, Instagram e Facebook);
3. No que respeita à campanha institucional, deverão ser tidos em conta os seguintes requisitos mínimos específicos:

Suporte		Formato	Sazonalidade	Ações
Edições digitais Display	Campanha por impressão em websites digitais, com possibilidade de criação de <i>Native Content</i>	Multiformato	Pelo menos 70% entre 01 de fevereiro e 30 de setembro de 2025	<b>3 750</b> (cada ação deve assegurar 1 000 impressões, devendo ser totalizadas 3 750 000 impressões)
Display	Campanha de Display por impressão em 2 dos 5 maiores sites segundo NetAudience de Junho 2024	<i>Half-Page</i>		<b>1 750</b> (cada ação deve assegurar 1 000 impressões, devendo ser totalizadas 1 750 000 impressões)
Áudio + Display	Campanha, com várias segmentações, em serviço de <i>streaming music</i> , <i>pod-cast</i> mais utilizado a nível mundial (3 spots fornecidos pelos ISCSP)	Áudio + Display		<b>600</b> (cada ação deve assegurar 1 000 impressões, devendo ser totalizadas 600 000 impressões)
Envio de newsletter	Envio de newsletter (e-mail marketing) através de bases de dados de meios de comunicação especializados: 1. Negócios, Gestão e Saúde; 2. Marketing e Comunicação; 3. Gestão de Recursos Humanos; 4. Economia, Negócios e Gestão, outros.	<i>Newsletter</i>		<b>20 Envios, sendo 5 envios por cada uma das 4 bases de dados de meios de comunicação especializados referidas</b>

4. Terão de ser contempladas, sob pena de exclusão do concorrente, ações do tipo SEM - *Search Engine Marketing* e SMM - *Social Media Marketing* nos seguintes termos:
  - a. Ações de tipo SEM – *Search Engine Marketing*
    - i. Deverão estar associadas à conta ISCSP, cujo acesso será cedido para sua gestão e deve ser assegurado que pelo menos 75% do investimento seja canalizado para o maior motor de pesquisa usado em Portugal e no Brasil, mediante a segmentação apresentada;
    - ii. Deve ser assegurado em parte do período do contrato, entre 01 de fevereiro

e 30 de setembro de 2025, que um mínimo de 8 produtos formativos surjam na primeira página de resultados do maior motor de pesquisa, considerando as palavras-chave apresentadas pela entidade adjudicatária e aprovadas pelo ISCSP;

iii. A entidade adjudicatária fica obrigada a assegurar 75 000 cliques, de acordo com os seguintes critérios:

Canal	Critério de seleção do suporte	Campanha	Formato	Localização	Dispositivos	Sazonalidade	Segmentação	N.º mínimo de ações
Search Engine Marketing	Motor de Pesquisa mais utilizado em Portugal e no Brasil	Mestrados	Anúncio texto	1ª Página de Resultados	Desktop + Mobile	Pelo menos 70% entre 01 de fevereiro e 30 de setembro de 2025	Grande Lisboa	55 000
		Doutoramentos					Grande Lisboa	
		Pós-Graduações					Grande Lisboa	
		Oferta Educativa: Mestrados, Doutoramentos					Estado de Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Ceará e/ou Brasília; Grau académico mínimo de licenciatura; Classes A/B; Servidores públicos, advogados, jornalistas e graduados nas áreas das Ciências Sociais	20 000

- b. Em "SMM - Social Media Marketing", as ações deverão contemplar as maiores redes sociais B2C e B2B usadas em Portugal e no Brasil, ficando a entidade adjudicatária obrigada a assegurar a promoção mínima de 30 publicações, com um valor mínimo unitário de EUR 50,50 (cinquenta euros e cinquenta cêntimos), e a garantir 81.500 cliques, de acordo com os seguintes critérios:

Canal	Critério de seleção	Campanha	Formato	Localização	Dispositivos	Segmentação	Sazonalidade	N.º mínimo de Ações
Social Media Marketing	Promoção de publicações em perfis oficiais do ISCS nas redes sociais online	Oferta Académica - Brasil	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Estado de Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Ceará e/ou Brasília; Grau académico mínimo de licenciatura; Classes A/B; Servidores públicos, advogados, jornalistas e graduados nas áreas das Ciências Sociais	Pelo menos 70% entre 01 de fevereiro e 30 de setembro de 2025	15
		Oferta Académica - Portugal	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Grande Lisboa		15
	2 das 5 maiores redes sociais digitais no Brasil, considerando a afinidade ao público-alvo	Oferta Académica - Brasil	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Estado de Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Ceará e/ou Brasília; Grau académico mínimo de licenciatura; Classes A/B; Servidores públicos, advogados, jornalistas e graduados nas áreas das Ciências Sociais		25 000
	2 das 5 maiores redes sociais digitais em Portugal, considerando a afinidade ao público-alvo	Oferta Académica - Portugal	Multiformato	Newsfeed, stories	Desktop + Mobile	Grande Lisboa		50 000
	Maior Rede Social Business to Business utilizada em Portugal	Oferta Académica - Portugal	Multiformato	Newsfeed	Desktop + Mobile	Grande Lisboa		6 500

### Lote 3. Publicidade em Outdoors

#### O plano a apresentar terá de obedecer aos seguintes requisitos específicos mínimos:

Realização de publicidade em outdoors com a duração mínima de pelo menos 97 (noventa e sete) dias, sendo os materiais gráficos desenvolvidos pelo ISCSP e entregues em arte final à entidade adjudicatária, nos prazos de antecedência aprovados pelo ISCSP no plano proposto pela entidade adjudicatária. A posição dos Monopostos 10 x 5m de autoestrada, de grandes dimensões, carecem de aprovação do ISCSP-ULisboa. Todos os suportes referidos, sempre que necessário, devem prever a produção dos materiais a publicitar.

Suporte		Formato	Localização	Nº de faces	Sazonalidade	Dias
Outdoors publicitários	Mupis / Transportes (Metropolitano de Lisboa e Comboios de Portugal)	Mupis	Grande Lisboa	100	Entre 01 de maio a 31 de agosto de 2025	7
	Monopostes nas autoestradas	10 x 5 m	A1 (Porto/Aveiro); A1 (Aveiras/Carregado); A8 (Torres Vedras/Óbidos)	3		90
					Totais	97