PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com



PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

Zadávací dokumentace

k zadávacímu řízení

na zajištění reklamní kampaně

v rámci realizace projektu
Odpovědný přístup k financím – podpora vzdělávání a jeho propagace

Zadavatel veřejné zakázky:

ECONOMY RATING a.s.

Brno, Lidická 1869/28, PSČ 602 00

IČ: 276 63 761

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

Obsah zadávací dokumentace:

1. **Název veřejné zakázky**
2. **Identifikace zadavatele**
3. **Druh řízení**
4. **Předmět zakázky**
   - 4.1. Obecný popis předmětu zakázky
   - 4.2. Cílová skupina
   - 4.3. Klasifikace
   - 4.4. Specifikace reklamní kampaně
     - 4.4.1. Letáky v MHD
     - 4.4.2. Letáky - handout
     - 4.4.3. Billboardy
     - 4.4.4. Bigboardy na rychlostních komunikacích a dálnicích
     - 4.4.5. Inzerce v celostátním tisku
     - 4.4.6. PPC reklama a jiná internetová média
     - 4.4.7. Webový portál projektu
   - 4.5. Specifikace konceptu reklamní kampaně
     - 4.5.1. Celkový koncept kampaně
     - 4.5.2. Vizuální styl celé kampaně
     - 4.5.3. Média
     - 4.5.4. Sociální sítě a jiná internetová média
     - 4.5.5. Webový portál projektu
     - 4.5.6. Realizační tým
5. **Doba plnění**
6. **Místo plnění**
7. **Předpokládaná hodnota zakázky**
8. **Požadavky na prokázání kvalifikačních předpokladů**
9. **Obchodní podmínky**
10. **Poskytnutí zadávací dokumentace**
11. **Varianty**
12. **Způsob zpracování nabídkové ceny**
13. **Podmínky a požadavky na zpracování nabídky**
14. **Lhůta podání nabídky**
15. **Způsob a místo podání nabídky**
16. **Obsah nabídky**
17. **Způsob hodnocení nabídek**
18. **Přílohy**

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

1. Název veřejné zakázky	**Reklamní kampaň**

2. Identifikace zadavatele	
Název zadavatele	**ECONOMY RATING a.s.**
Sídlo:	**Brno, Lidická 1869/28, PSČ 602 00**
IČ:	**276 63 761**
Kontaktní osoba projektu:	**Mgr. David Mlýnek**
Telefon:	**+420 774 709 302**
Email:	**david.mlynek@economy-rating.cz**
Registrační číslo projektu	**CZ.1.07/3.1.00/37.0192**

3. Druh řízení	**zjednodušené podlimitní řízení dle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách**

4. Předmět zakázky

4.1. Obecný popis předmětu zakázky

Předmětem veřejné zakázky je zajištění reklamní kampaně v rámci realizace projektu s názvem „Odpovědný přístup k financím – podpora vzdělávání a jeho propagace“, a to prostřednictvím marketingových nástrojů, které jsou, co do počtu i typu, blíže specifikovány v kapitole 4.2 a slepém položkovém rozpočtu, který je přílohou č. 1 této zadávací dokumentace.

Hlavním cílem reklamní kampaně je oslovit co největší počet zástupců cílové skupiny a motivovat je k účasti na jednotlivých vzdělávacích a poradenských aktivitách projektu a zároveň tím upozornit na potřebu vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti.

Reklamní kampaň by svým obsahem měla co nejvíce zaujmout a motivovat cílovou skupinu k využití možnosti vzdělávání v rámci projektu „Odpovědný přístup k financím – podpora vzdělávání a jeho propagace“. Zároveň musí reklamní kampaň odpovídat zaměření celého projektu, směřovat k naplnění jeho cíle a zohledňovat harmonogram projektových aktivit. Popis projektu a jeho cíl, je uveden v Příloze č. 2 této zadávací dokumentace. Harmonogram jednotlivých projektových aktivit tvoří Přílohu č. 3 této zadávací dokumentace.

Vybraný uchazeč zajistí celou reklamní kampaň, jejíž celkový koncept bude zahrnovat:

1. Vizuální styl celého projektu
2. Využití médií daných projektem
3. Využití sociálních sítí a jiných internetových médií
4. Realizaci webu projektu

Všechny části reklamní kampaně by měly mít stejné charakteristické prvky, tak aby byla dosažena provázanost jednotlivých částí kampaně a tím došlo ke zvýšení účinku celé reklamní kampaně. Jednotlivé části by se měly navzájem, podporovat doplňovat a jako celek zajistit, aby se reklamní kampaň dostala do povědomí potencionálních účastníků a zaujala je svým obsahem.

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

V rámci hodnocení nabídek bude důraz kladen nejen na nabídkovou cenu, ale i na celkovou kreativitu, originalitu a vizuální stránku nabízeného řešení ve vztahu k zajištění dosažení hlavního cíle reklamní kampaně a soulad s celkovým zaměřením projektu.

Vybraný uchazeč zajistí koordinaci celé reklamní kampaně. Dále bude provádět průběžný monitoring během kampaně, který bude zadavateli předkládat v pravidelných týdenních zprávách, které budou poskytovat informace o doposud realizovaných částech reklamní kampaně a měsíčních hodnoceních, které budou zároveň obsahovat zhodnocení efektivity realizovaných částí reklamní kampaně. Tato měsíční hodnocení budou podávána jak písemně, tak také osobně na schůzce s pověřenými členy projektového týmu. Na konci projektu, tj. k 30.10.2013 vybraný uchazeč předá zadavateli závěrečnou zprávu včetně zhodnocení skutečné efektivity reklamní kampaně. Dle výsledků průběžných měsíčních hodnocení může dojít k úpravě reklamní kampaně z hlediska harmonogramu či volby marketingových nástrojů. Tato změna nesmí mít vliv na konečnou cenu kampaně.

Vybraný uchazeč poskytne bezplatné konzultace členům projektového týmu, se kterými bude komunikovat po celou dobu kampaně a řešit případné změny v reklamní kampani.

Zadavatel si vyhrazuje právo na změnu v reklamní kampani. Dále si vyhrazuje právo vznášet připomínky ke změnám navrženým vybraným uchazečem. Všechny případné změny nebudou mít vliv na cenu, která bude uvedena ve smlouvě jako cena konečná a nepřekročitelná

Všechny grafické i textové návrhy musí být před finálním zpracováním odsouhlaseny zadavatelem.

Pro všechny propagační materiály budou společná loga povinné publicity EU v souladu s Manuálem vizuální identity OPVK (dostupné z http://www.msmt.cz/file/11001) a Příručky pro příjemce OPVK (dostupné z http://www.msmt.cz/file/17113). Všechny propagační materiály budou zároveň obsahovat logo zadavatele a loga spolupracujících subjektů, která jsou uvedeny v příloze č. 4 této zadávací dokumentace.

Celá kampaň bude realizována pouze v českém jazyce.

4.2. Cílová skupina

Cílovou skupinou, na které bude reklamní kampaň zaměřena, jsou občané s trvalým pobytem v ČR, kteří již vstoupili na trh práce.

4.3. Klasifikace předmětu veřejné zakázky

74400000-3 Reklamní a marketingové služby

72413000-8 Návrh webových (www) stránek

79822500-7 Služby v oblasti grafického designu

74411000-3 Reklamní poradenství

4.4. Specifikace reklamní kampaně

Reklamní kampaň zahrnuje následující marketingové nástroje:

4.4.1. Letáky v MHD

Vybraný uchazeč dodá grafický návrh, návrh textu, tisk, produkci a umístění letáků na místech k tomuto určených ve vozidlech městské hromadné dopravy ve formátu A4 (na výšku). Tyto letáky budou umístěny v MHD ve čtyřech krajských městech – Brně, Jihlavě, Olomouci, Zlíně. Celkově bude umístěno 2400 ks letáků (myšleno „letákoměsíců“ - např. 2400 ks letáků v součtu ve všech městech po dobu jednoho měsíce nebo 240 ks letáků v součtu ve všech městech po dobu 10 měsíců tak, aby došlo k efektivnímu oslovení cílové skupiny s ohledem na harmonogram projektu a velikost daných

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

měst). Očekávaný efekt tohoto nástroje je především registrace a následná účast jednotlivců na aktivitách projektu a zvýšení návštěvnosti webového portálu projektu.

4.4.2. Letáky - handout

Vybraný uchazeč dodá grafický návrh, návrh textu, tisk, produkci a distribuci letáků, v barevné variantě a v celkovém počtu 4800 ks (myšleno „letákoměsíců“ - např. 4800 ks letáků v součtu ve všech městech bude distribuováno po dobu 1 měsíce, nebo 480 ks letáků v součtu ve všech městech bude distribuováno po dobu 10 měsíců apod. tak, aby došlo k efektivnímu oslovení cílové skupiny s ohledem na harmonogram projektu a velikost daných měst). Osobní distribuce letáků bude probíhat v centru každého ze čtyř krajských měst – Brně, Jihlavě, Olomouci a ve Zlíně. Očekávaný efekt tohoto nástroje je především registrace a následná účast osob na aktivitách projektu a zvýšení návštěvnosti webového portálu projektu.

4.4.3. Billboardy

Vybraný uchazeč dodá grafický návrh, návrh textu, tisk, produkci a nákup plochy billboardů (zahrnuje instalaci i deinstalaci billboardů) ve čtyřech krajských městech - Brně, Jihlavě, Olomouci a ve Zlíně. Celkem bude za dobu reklamní kampaně k propagaci využito kapacity 60 ks billboardů (myšleno „billboardoměsíců“ - například 60 ks billboardů, každý po dobu jednoho měsíce, nebo 20 ks billboardů, každý po dobu 3 měsíců apod.) tak, aby došlo k efektivnímu oslovení cílové skupiny s ohledem na harmonogram projektu a velikost daných měst. Billboardy budou umístěny v centrech vybraných měst na místech s vysokou koncentrací lidí tak, aby zasáhly co nejvyšší počet potencionálních účastníků aktivit projektu. Uchazeč dodá fotodokumentaci konkrétních míst s datem pořízení snímků a časovým rozmezím, kdy bude možno billboard na daném místě umístit. Očekávaný efekt tohoto nástroje je především návštěvnost webového portálu projektu a zvýšení celkového povědomí o dané problematice.

4.4.4. Bigboardy na rychlostních komunikacích a dálnicích

Vybraný uchazeč dodá grafický návrh, návrh textu, tisk, produkci a nákup plochy bigboardů (zahrnuje instalaci i deinstalaci bigboardů). Grafický návrh a návrh textu budou totožné s návrhy vytvořenými pro billboardy. Celkem budou na rychlostních komunikacích a dálnicích zasahujících do Jihomoravského, Zlínského, Olomouckého kraje a kraje Vysočina umístěny 3 ks bigboardů - (myšleno „bigbillboardoměsíců“, například 3 ks bigboardů, každý po dobu jednoho měsíce, nebo 1 bigboard po dobu 3 měsíců apod.). Bigboardy budou umístěny na těchto komunikacích v místech s vysokou průjezdností motorových vozidel tak, aby zasáhly co nejvyšší počet potencionálních účastníků na aktivitách projektu. Uchazeč dodá fotodokumentaci konkrétních míst s datem pořízení snímků a časovým rozmezím, kdy bude možno bigboard na daném místě umístit. Očekávaný efekt tohoto nástroje je především návštěvnost webového portálu projektu a zvýšení celkového povědomí o dané problematice.

4.4.5. Inzerce v celostátním tisku

Vybraný uchazeč dodá inzerci v celostátním denním tisku na období jednoho dne, v rozsahu 1/8 strany, v černobílé variantě.

4.4.6. PPC reklama a jiná internetová média

Vybraný uchazeč zajistí PPC reklamu, odkazující na webový portál projektu, ve vyhledavačích Google.cz a Seznam.cz., a to na každý měsíc od zahájení reklamní kampaně, tzn. celkem na 14 měsíců. Dále zajistí správu PPC reklamy po celou dobu kampaně.

Vybraný uchazeč navrhne a zajistí další možnou internetovou propagaci.

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

4.4.7. Webový portál projektu

Vybraný uchazeč dodá webový portál projektu, včetně grafického návrhu, podle následujících požadavků a orientační struktury webového portálu projektu:

a) vytvoření portálu dle orientační struktury uvedené níže, v designu odpovídajícímu celkovému vizuálnímu stylu reklamní kampaně,

b) zpřístupnění redakčního systému a zpracování jednoduchého návodu pro práci s ním,

c) uživatelské testování webového portálu projektu,

d) spolupráce se zadavatelem po celou dobu trvání projektu, přizpůsobování portálu případným novým aktivitám projektu.

e) návrh možných domén webového portálu projektu, vedle již zaregistrované domény www.zadluzenadomacnost.cz

Webový portál projektu bude sloužit primárně jako platforma pro:

a) virtuální kurzy a online poradnu,

b) materiály z jednotlivých seminářů a workshopů,

c) přihlašování na semináře a workshopy pořádané v rámci projektu,

d) propagaci těchto akcí.

Orientační struktura webového portálu projektu je následující:

1. Menu
   a) Aktuality - stránka, kde jsou prezentovány nejnovější informace týkající se projektu (např. pozvánky, novinky, oznámení, upozornění a další důležité informace tohoto typu)
   b) Semináře a workshopy - stránka obsahující nabídku seminářů a systém přihlašování
   c) Virtuální kurzy - stránka obsahující nabídku virtuálních kurzů
   d) Online poradna – stránka obsahující jednoduchý formulář pro zadávání dotazů (tyto dotazy by se měly archivovat)
   e) FAQ – stránka, kde se budou zobrazovat nejčastější dotazy z online poradny
   f) O projektu - stránka, kde jsou uveřejněny základní informace o projektu, partneři projektu (včetně vizuální identity - např. loga) a kontakt

   Podrobnosti:

   a) Aktuality

   Budou obsahovat kratší redakční články s možností vkládání komentářů uživateli.

   b) Semináře a workshopy
      - Seznam všech nabízených seminářů a workshopů
      - Data a místa konání seminářů a workshopů v jednotlivých městech
      - Aktuální akce – nejbližší seminář

        U akce uvedeno:
        - Název akce
        - Termín
        - Jména lektorů (případně info o lektorovi - např. organizace/firma/instituce)
        - Program akce
        - Místo a čas

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

- Možnost hromadně zaslat e-mail/zprávu registrovaným účastníkům semináře (pro administrátory portálu)
- Registrační formulář na seminář nebo workshop

  Registrace na seminář pak vyžaduje povinné vyplnění těchto polí:
  - Jméno účastníka
  - Kontakt
  - Pohlaví
  - Zaměstnání (v členění na: student, zaměstnanec, důchodce)
  - Věk

c) Virtuální kurzy
- Materiály k virtuálním kurzům – prezentace, video, test (stránka musí nabízet možnost vytvořit ke kurzům testy. Pokud uživatel vyplní test, musí mu být v přehledné formě zpřístupněn výsledek testu a správné odpovědi), další nástroje umožňující interaktivní zapojení uživatele.

d) Online poradna

e) FAQ

f) O projektu
- Realizační tým
- Partneři projektu
- Kontakt
- Publicita – loga ke stažení, napsali o nás, propagační materiály
- Fotogalerie – fotky ze seminářů a workshopů

2. Hlavní stránka

- stručné informace o projektu
- nejnovější aktuality (3-6 nejnovějších článků)
- chystané akce (data aktuálních seminářů a jejich popis)
- možnost registrace na některý ze seminářů nebo workshopů
- Facebook okno
- vyhledávání (fulltext)

Ve své nabídce uchazeč specifikuje, jak hodlá naplnit orientační strukturu webového portálu projektu a popíše, jakou hodlá využít technologii pro kompletní spuštění portálu (tzn. včetně operačního systému, databázové infrastruktury, infrastruktury pro provoz serveru atd.).

Uchazeč dále popíše, jakou technologii zvolí pro řešení portálu a zdůvodní, na základě jakých kritérií či vlastností systému toto řešení navrhuje.
Uchazeč může navrhnout změny v orientační struktuře webového portálu projektu a popsat zdůvodnění těchto změn.
Webový portál projektu musí splňovat požadavky na přístupnost a použitelnost.

Nabídková cena za dodání webu projektu nesmí překročit částku 60.000,- Kč bez DPH.

4.5. Specifikace konceptu reklamní kampaně

Součástí nabídky uchazeče bude koncept reklamní kampaně v následující struktuře:

4.5.1. Celkový koncept reklamní kampaně

Uchazeč předloží podrobný popis celkového konceptu reklamní kampaně, včetně jednotného vizuálního stylu celého projektu, s ohledem na zaměření na cílovou skupinu. Délka max. 3 normostrany.

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

4.5.2. Vizuální styl celého projektu

Uchazeč předloží 3 návrhy vizuálního manuálu celého projektu s variantním barevným řešením, které budou obsahovat mj. i grafický návrh loga projektu. Ostatní grafické návrhy budou začleněny do kapitol k daným marketingovým nástrojům. Uchazeč také stručně popíše zvolený vizuální styl. Délka max. 1 normostrana.

Ve všech grafických návrzích musí být zapracovaná loga zadavatele, spolupracujících subjektů a loga OPVK, tak jak je uvedeno v kapitole 4.1. této zadávací dokumentace.

Vizuální manuál bude zpracován v kontextu vizuální identity zadavatele (bude brát v úvahu jeho logo, firemní barvy – viz. příloha č. 4 této zadávací dokumentace). Další doplnění vizuálního manuálu je v kompetenci uchazeče.

4.5.3. Média

Uchazeč v rámci své nabídky předloží předpokládaný plán využití marketingových nástrojů uvedených v kapitole 4.4., a to v následující struktuře:

a) Letáky v MHD
- Grafický návrh letáku včetně textace
- Harmonogram předpokládané distribuce ve všech výše zmíněných krajských městech
- Předpokládaný počet oslovených osob

b) Letáky - handout
- Grafický návrh letáku včetně textace
- Seznam míst předpokládané distribuce ve všech výše zmíněných krajských městech
- Harmonogram předpokládané distribuce ve všech výše zmíněných krajských městech
- Předpokládaný počet oslovených osob

c) Billboardy
- Grafický návrh billboardu včetně textace
- Seznam míst předpokládaného umístění ve všech výše zmíněných krajských městech
- Harmonogram předpokládaného umístění ve všech výše zmíněných krajských městech
- Fotodokumentace konkrétních míst s datem pořízení snímků a časovým rozmezím, kdy bude možno billboard na daném místě umístit
- Předpokládaný počet oslovených osob

d) Bigboardy na rychlostních komunikacích a dálnicích
- Grafický návrh bigboardů včetně textace
- Místa předpokládaného umístění na rychlostních komunikacích a dálnicích
- Harmonogram předpokládaného umístění bigboardů
- Fotodokumentace konkrétních míst s datem pořízení snímků a časovým rozmezím, kdy bude možno bigboard na daném místě umístit
- Předpokládaný počet oslovených osob

e) Inzerce v celostátním tisku
- Grafický návrh inzerce včetně textace
- Výběr konkrétních deníků
- Harmonogram umístění inzerce
- Předpokládaný dopad

U všech marketingových nástrojů uchazeč v rámci své nabídky uvede předpokládaný počet oslovených osob, místo distribuce či umístění a harmonogram distribuce či umístění.

Uchazeč v rámci své nabídky také předloží předpokládaný počet oslovených osob celé reklamní kampaně.

4.5.4. PPC reklama a jiná internetová média

Uchazeč předloží v rámci své nabídky předpokládaný plán využití PPC reklamy a propagace na internetu, a to v následující struktuře:

a) Tvorba sestavy klíčových slov pro PPC reklamu.

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

b) Harmonogram PPC reklamy ve vyhledavačích Google.cz a Seznam.cz
c) Návrh alespoň 5 webových stránek, kde by byla možná a vhodná další propagace projektu

4.5.5. Webový portál projektu

Uchazeč v rámci své nabídky předloží návrh webového portálu projektu, jehož orientační struktura je popsána v kapitole 4.4.7., a to v následujícím členění:

a) Grafický návrh webu, který bude obsahovat orientační strukturu webového portálu projektu, jež je definovaná v kapitole 4.4.7, případně návrhy na změny v této struktuře,
b) Identifikaci použitých technologií, tedy návrh CMS, na kterém bude portál řešen,
c) Harmonogram dodání řešení.

5. Doba plnění (předpokládaná)

Zahájení plnění: 1. 9. 2012

Ukončení plnění: nejpozději do 30. 10. 2013

6. Místo plnění

Místo plnění zakázky je blíže specifikováno ve Smlouvě o dílo.

7. Předpokládaná hodnota zakázky

Předpokládaná hodnota předmětné zakázky činí 1.526.000,- Kč bez DPH. Nabídková cena nesmí být vyšší než předpokládaná hodnota veřejné zakázky.

8. Požadavky na prokázání kvalifikačních předpokladů

Kvalifikovaným pro plnění veřejné zakázky je dodavatel, který

a) splní základní kvalifikační předpoklady podle § 53 ZVZ,

b) splní profesní kvalifikační předpoklady podle § 54 ZVZ,

d) předloží čestné prohlášení o své ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku

e) splní dále uvedené technické kvalifikační předpoklady.

Technické kvalifikační předpoklady splní ten uchazeč, který za poslední 3 roky realizoval minimálně 3 zakázky obdobného charakteru a rozsahu jako je předmět této veřejné zakázky, přičemž hodnota každé z těchto zakázek činila minimálně 1.000.000,- Kč bez DPH.

Splnění kvalifikačních předpokladů prokazuje uchazeč předložením čestného prohlášení, z jehož obsahu bude zřejmé, že uchazeč kvalifikační předpoklady požadované zadavatelem splňuje.

9. Obchodní podmínky

Veškeré obchodní podmínky jsou obsaženy v návrhu Smlouvy o dílo.

Uchazeč v návrhu Smlouvy o dílo doplní:

- identifikační údaje zhotovitele;
- cenu v členění dle podmínek článku 12 této zadávací dokumentace (článek III. odst. 1. návrhu Smlouvy o dílo);

Výše popsaným způsobem doplněný a vytištěný návrh Smlouvy o dílo bude datován a podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče.

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

10. Poskytnutí zadávací dokumentace

Textová část zadávací dokumentace je zveřejněna na profilu zadavatele. Části zadávací dokumentace, které nebyly uveřejněny na profilu zadavatele, předá či odešle zadavatel dodavateli do 2 pracovních dnů ode dne doručení písemné žádosti dodavatele adresované kontaktní osobě.

11. Varianty

Varianty nabídky se nepřipouštějí.

12. Způsob zpracování nabídkové ceny

Nabídková cena bude stanovena jako pevná a nejvýše přípustná smluvní cena obsahující veškeré náklady uchazeče na řádné provedení díla. Veškeré související náklady (režijní náklady, kompletační činnost, náklady, pojistné, apod.) budou rozpočítány a zahrnuty do ceny jednotlivých položek oceněného položkového rozpočtu.

Nabídková cena bude uvedena v české měně (Kč).

Nabídková cena bude uvedena v následujícím členění:

Cena celková bez DPH	Kč
DPH ve výši 20 %	Kč
Nabídková cena celkem včetně DPH:	**Kč**

Jednotkové ceny oceněného položkového rozpočtu dle nabídky a celkovou nabídkovou cenu lze v průběhu provádění díla měnit pouze z důvodů uvedených v přiloženém návrhu Smlouvy o dílo.

Uchazeč předloží nabídkovou cenu v podobě oceněného položkového rozpočtu.

Oceněný položkový rozpočet uchazeč předloží v tištěné podobě.

Oceněný položkový rozpočet bude datován a podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče na jeho prvním listu.

Uchazeč je při zpracování ocenění položkového rozpočtu povinen dodržet strukturu členění položkového rozpočtu, číslování a značení jednotlivých položek. Uchazeč je povinen ocenit všechny položky uvedené v položkovém rozpočtu.

Pokud uchazeč při kontrole a zpracování položkového rozpočtu zjistí případné chybějící nebo chybné položky v položkovém rozpočtu, je v takovém případě oprávněn po zadavateli požadovat písemně dodatečné informace k zadávacím podmínkám dle článku 9 této zadávací dokumentace.

13. Podmínky a požadavky na zpracování nabídky

Uchazeč může podat pouze jednu nabídku.

Uchazeč, který podal nabídku v zadávacím řízení, nesmí být současně subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný uchazeč v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci.

Pokud uchazeč podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími uchazeči, nebo je subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný uchazeč v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci, zadavatel všechny nabídky podané takovým uchazečem vyřadí. Uchazeče, jehož nabídka byla vyřazena, zadavatel bezodkladně vyloučí z účasti v zadávacím řízení. Vyloučení uchazeče včetně důvodu zadavatel bezodkladně písemně oznámí uchazeči.

Společnou nabídkou se rozumí nabídka, kterou podalo více uchazečů společně. V takovém případě se uchazeči podávající společnou nabídku považují za jednoho uchazeče.

V rámci své nabídky uchazeč předloží seznam osob realizačního týmu, které se budou podílet na plnění předmětu veřejné zakázky v následující struktuře:

Jméno, příjmení, titul	
Funkce v rámci realizačního týmu	
referenční projekty/zakázky	

Dále uchazeč v rámci své nabídky předloží stručné CV každého člena realizačního týmu.

Společnou nabídkou se rozumí nabídka, kterou podalo více uchazečů společně. V takovém případě se uchazeči podávající společnou nabídku považují za jednoho uchazeče.

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce specifikoval části veřejné zakázky, které má v úmyslu zadat jednomu či více subdodavatelům, a aby uvedl identifikační údaje každého subdodavatel a dále v rámci své nabídky předložil smlouvou uzavřenou se subdodavatelem, z níž vyplývá závazek subdodavatele k poskytnutí plnění určeného k plnění veřejné zakázky dodavatelem.

Nabídky se podávají písemně.

Nabídka bude zpracována v českém jazyce.

Nabídka bude předložena v dvou vyhotoveních, z toho jedno bude doloženo v tištěné podobě a jedno na CD nosiči v elektronické podobě.

Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.

Jednotlivé části nabídky budou logicky seřazeny v souladu s požadovanou strukturou dle přílohy číslo 5 této zadávací dokumentace. Dokumenty, které nejsou výslovně vyžadovány, a uchazeč je přesto chce do nabídky zahrnout, budou zařazeny na konci nabídky.

Nabídky musí být v uzavřené obálce označené názvem „Reklamní kampaň - Odpovědný přístup k financím – podpora vzdělávání a jeho propagace“ a textem „**NEOTVÍRAT – ZADÁVACÍ ŘÍZENÍ**“.

Obálka musí být v místech slepení opatřena razítkem a podpisem (parafou) uchazeče.

Nabídky doručené zadavateli po lhůtě pro podání nabídek budou ze zadávacího řízení vyřazeny. Pro tento případ musí být na obálce uvedena adresa, na niž je možné zaslat oznámení.

14. Lhůta podání nabídky a termín otvírání obálek

Lhůta pro podání nabídky končí dnem **20.8. 2012 v 10:00 hodin**. Nabídky doručené po vypršení této lhůty budou zadavatelem vyřazeny.

Otvírání obálek proběhne dne 20.8.2012 v 11:00 hodin v sídle společnosti ECONOMY RATING, a.s. na adrese Brno, Lidická 1869/28, PSČ 602 00.

15. Způsob a místo podání nabídky

Nabídky je možné doručit poštou na adresu zástupce zadavatele:

Mgr. David Mlýnek

ECONOMY RATING a.s.

Brno, Lidická 1869/28, PSČ 602 00

nebo předat osobně tamtéž v pracovní dny v období mezi 9:00 – 15:00, a to po předchozí domluvě.

Zadavatel nedisponuje elektronickými nástroji podle § 149 zákona č. 137/2006 Sb. Z tohoto důvodu nelze nabídky podávat v elektronické podobě prostřednictvím tohoto nástroje

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

16. Obsah nabídky

Obsahem nabídky budou minimálně následující dokumenty:

- Krycí list nabídky podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče;
- Dokumenty vyžadované k prokázání splnění kvalifikačních podmínek dle kapitoly 8. této zadávací dokumentace;
- Realizační tým včetně;
- Subdodavatelské schéma;
- Koncept reklamní kampaně;
- Návrh Smlouvy o dílo podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče;
- CD nosič s elektronickým zpracováním všech předchozích bodů ve formátu PDF (elektronická kopie celé nabídky). Dokumenty budou naskenované včetně podpisů a případných ověřovacích doložek.

17. Způsob hodnocení nabídek

Za účelem hodnocení jednotlivých nabídek, bude použito kritérium ekonomické výhodnosti nabídky.

Jednotlivá kritéria a jejich váhy jsou uvedeny v následující tabulce:

Číslo kritéria	Váha	Popis kritéria
1.	40%	**Celková nabídková cena.**
2.	20%	**Celková kreativita a originalita nabízeného řešení.**
3.	20%	**Celkové vizuální vyznění nabízeného řešení.**
4.	20%	**Soulad s celkovým zaměřením projektu.**

17.1. Nabídková cena

Celková nabídková cena bude hodnocena jako součet nabídkových cen za jednotlivé reklamní služby a činnosti v rámci kompletní realizace reklamní kampaně. Při hodnocení nabídkové ceny rozhoduje cena **bez DPH.** Nejvýhodnější (nejlevnější) nabídce bude přiděleno 40 bodů. Body ostatních nabídek budou vypočteny dle následujícího vzorce:

$$\text{počet bodů hodnocené nabídky} = \frac{\text{cena nejvýhodnější nabídky}}{\text{cena hodnocené nabídky}} * 40$$

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

17.2. Celková kreativita a originalita nabízeného řešení

Hodnocena bude kreativita a originalita řešení uplatňovaného ve všech marketingových nástrojích s ohledem na vazbu na cíl reklamní kampaně, tj. oslovit co největší počet zástupců cílové skupiny a motivovat je k účasti na jednotlivých vzdělávacích a poradenských aktivitách projektu a zároveň tím upozornit na potřebu vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti.

Každý člen hodnotící komise oznámkuje nabídku na stupnici 0 až 20 (0 = zcela nevyhovující, 20 = zcela vyhovující). Známky všech členů hodnotící komise budou u každé nabídky sečteny. Nabídce, která dosáhne nejvyššího známkového ohodnocení, bude přiděleno 20 bodů. Body ostatních nabídek budou vypočteny podle následujícího vzorce:

$$\text{počet bodů hodnocené nabídky} = \frac{\text{součet známek přidělených jednotlivými členy hodnotící komise hodnocené nabídky}}{\text{součet známek přidělených jednotlivými členy hodnotící komise nabídce s nejvyšším součtem známek}} * 20$$

17.3. Celkové vizuální vyznění nabízeného řešení

Hodnocen bude vizuální styl kampaně, jeho soulad s logem zadavatele, zapamatovatelnost a schopnost oslovit cílovou skupinu. Při hodnocení bude přihlédnuto k vazbě na cíl kampaně, tj. oslovit co největší počet zástupců cílové skupiny a motivovat je k účasti na jednotlivých vzdělávacích a poradenských aktivitách projektu a zároveň tím upozornit na potřebu vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti.

Každý člen hodnotící komise oznámkuje nabídku na stupnici 0 až 20 (0 = zcela nevyhovující, 20 = zcela vyhovující). Známky všech členů hodnotící komise budou u každé nabídky sečteny. Nabídce, která dosáhne nejvyššího známkového ohodnocení, bude přiděleno 20 bodů. Body ostatních nabídek budou vypočteny podle následujícího vzorce:

$$\text{počet bodů hodnocené nabídky} = \frac{\text{součet známek přidělených jednotlivými členy hodnotící komise hodnocené nabídky}}{\text{součet známek přidělených jednotlivými členy hodnotící komise nabídce s nejvyšším součtem známek}} * 20$$

17.4. Soulad s celkovým zaměřením projektu

Hodnocen bude soulad s časově (harmonogram projektových aktivit), věcně (způsob komunikace hlavní myšlenky projektu) a místně (prostorové vymezení projektu) vymezeným zaměřením projektu, které je uvedeno v příloze č. 2 a v příloze č. 3 této zadávací dokumentace. Hodnocen bude soulad navrhovaného harmonogramu marketingových aktivit s harmonogramem projektových aktivit. Dále bude hodnocena schopnost komunikovat hlavní myšlenku kampaně srozumitelným a jasně uchopitelným způsobem. Hodnocena bude i volba počtu marketingových nástrojů s ohledem na velikost krajských měst – Brno, Jihlava, Olomouc, Zlín, dle počtu obyvatel.

Při hodnocení bude přihlédnuto k vazbě na cíl kampaně, tj. oslovit co největší počet zástupců cílové skupiny a motivovat je k účasti na jednotlivých vzdělávacích a poradenských aktivitách projektu a zároveň tím upozornit na potřebu vzdělávání v oblasti finanční gramotnosti.

Každý člen hodnotící komise oznámkuje nabídku na stupnici 0 až 20 (0 = zcela nevyhovující, 20 = zcela vyhovující). Známky všech členů hodnotící komise budou u každé nabídky sečteny. Nabídce, která dosáhne nejvyššího známkového ohodnocení, bude přiděleno 20 bodů. Body ostatních nabídek budou vypočteny podle následujícího vzorce:

$$\text{počet bodů hodnocené nabídky} = \frac{\text{součet známek přidělených jednotlivými členy hodnotící komise hodnocené nabídky}}{\text{součet známek přidělených jednotlivými členy hodnotící komise nabídce s nejvyšším součtem známek}} * 20$$

Vítěznou nabídkou je ta, která na základě hodnocení uvedeném v této kapitole, získá v součtu nejvyšší počet bodů.

PDF-XChange Viewer Koupit www.docu-track.com

18. Přílohy

Tato zadávací dokumentace obsahuje:

- Vzorový formulář Krycího listu nabídky;
- Návrh Smlouvy o dílo;
- Slepý položkový rozpočet;
- Stručný popis projektu;
- Závazná struktura nabídky
- Harmonogram projektových aktivit;
- Logo zadavatele a loga spolupracujících subjektů.

Pokud zadávací dokumentace obsahuje požadavky nebo odkazy na obchodní firmy, názvy nebo jména, specifická označení výrobků, zboží a služeb, které platí pro určitou osobu, popřípadě její organizační složku za příznačné, patenty na vynálezy, užitné vzory, průmyslové vzory, ochranné známky nebo označení původu, jsou tyto použity pouze jako zástupný prostředek pro vyjádření požadovaných kvalitativních a technických parametrů. Zadavatel umožňuje v takovém případě použít pro plnění zakázky i jiných, kvalitativně a technicky obdobných řešení, které rovnocenným způsobem splňují požadavky vymezené projektovou dokumentací při zachování účelu využití předmětu veřejné zakázky požadovaného v projektové dokumentaci.

Zadavatel si vyhrazuje právo oznámit rozhodnutí o vyloučení uchazeče uveřejněním na profilu zadavatele. V takovém případě se rozhodnutí o vyloučení uchazeče považuje za doručené okamžikem uveřejnění na profilu zadavatele.

Zadavatel si vyhrazuje právo uveřejnit oznámení o výběru nejvhodnější nabídky do 5 pracovních dnů po rozhodnutí o výběru nejvhodnější nabídky na profilu zadavatele. V takovém případě se oznámení o výběru nejvhodnější nabídky považuje za doručené všem dotčeným zájemcům a všem dotčeným uchazečům okamžikem uveřejnění na profilu zadavatele.

V Brně dne 31.7.2012

Ing. Dagmar Jelínková

Digitally signed by Ing. Dagmar Jelínková
DN: cn=Ing. Dagmar Jelínková, c=CZ, o=ECONOMY RATING a.s. [IČ 27663761], ou=1, email=dagmar.jelinkova@economy-rating.cz
Reason: Ověřuji správnost a celistvost dokumentu
Date: 2012.07.31 19:48:53 +02'00'

Ing. Dagmar Jelínková

předseda představenstva