

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Identifikace veřejné zakázky

Název: Mediální část komunikační kampaně 2023–2024
Druh veřejné zakázky: Služby
Režim veřejné zakázky: Veřejná zakázka malého rozsahu
Adresa veřejné zakázky: <https://zakazky.muni.cz/vz00006790>

Identifikační údaje zadavatele

Název: Masarykova univerzita
Sídlo: Žerotínovo nám. 617/9, 601 77
IČ: 00216224
Zastoupen: Mgr. Martou Valešovou, MBA, kvestorkou
(podepsána elektronicky)

1. PREAMBULE

- 1.1. Veřejná zakázka je zadávána ve výběrovém řízení mimo režim zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“).
- 1.2. Dotace na realizaci veřejné zakázky:
 - ☐ zadavatel usiluje o dotaci na realizaci veřejné zakázky; název programu: název programu
 - ☐ zadavatel je příjemcem dotace na realizaci veřejné zakázky; název programu: název programu
 - ☒ veřejná zakázka bude hrazena z vlastních zdrojů zadavatele.
- 1.3. Veřejná zakázka je zadávána elektronicky pomocí elektronického nástroje E-ZAK. Zadavatel dodavatele upozorňuje, že **pro plné využití všech možností elektronického nástroje E-ZAK je třeba provést a dokončit tzv. registraci dodavatele a provést ověření identity dodavatele.** Podmínky a informace týkající se elektronického nástroje E-ZAK jsou dostupné na výše uvedené adrese veřejné zakázky.
- 1.4. Kontaktní osobou zadavatele pro toto výběrové řízení je Mgr. Lucie Pavelková, tel. č. +420 770 171 656 a e-mail pavelkova@rect.muni.cz.
- 1.5. **Formulář nabídky**
 - a) Zadavatel přílohou zadávací dokumentace předkládá dodavatelům vzorový formulář nabídky obsahující předvyplněné požadavky zadavatele, kterými je podmiňována účast dodavatelů ve výběrovém řízení.

- b) Splnění veškerých požadavků zadavatele, tj. požadavků na předmět veřejné zakázky, na kvalifikaci či na předložení údajů rozhodných pro hodnocení, prokáží dodavatelé předložením formuláře nabídky včetně příslušných příloh nebo jiných rovnocenných dokladů.

1.6. Odpovědné zadávání

- a) V návaznosti na Strategický záměr Masarykovy univerzity na léta 2021–2028 a na základě zásad zadávání veřejných zakázek stanovených ZZVZ má zadavatel zájem zadat veřejnou zakázku v souladu se zásadami společensky odpovědného zadávání, environmentálně odpovědného zadávání a inovací.
- b) Aspekty společensky odpovědného zadávání, environmentálně odpovědného zadávání a inovací jsou zohledněny v obchodních a jiných smluvních podmínkách.

2. PŘEDMĚT VEŘEJNÉ ZAKÁZKY, PODMÍNKY PLNĚNÍ

- 2.1. Předmětem veřejné zakázky je realizace mediální části komunikační kampaně cílené na uchazeče o studium na Masarykově univerzitě (dále jen „MU“) v akademickém roce 2023/2024. Podrobněji je předmět kampaně popsán níže v této dokumentaci a dále v jejích přílohách.

Minimální požadavky na předmět veřejné zakázky jsou vymezeny technickými, obchodními a jinými smluvními podmínkami, které jsou součástí přílohy zadávací dokumentace.

2.2. Účel veřejné zakázky

Dlouhodobým a primárním záměrem komunikační kampaně realizované v ak. roce 2023/2024 je nárůst počtu přihlášek uchazečů o studium, vč. nárůstu přihlášených fyzických osob. Od začátku konceptu #munichallenge se univerzitě povedlo zvrátit předchozí pokles podaných přihlášek ke studiu, od roku 2020 počet podaných přihlášek pravidelně přesahuje hranici 40 000. Nárůst zájmu o Masarykovu univerzitu bychom chtěli dále udržet a podpořit, i vzhledem k rostoucí konkurenci (konkrétněji například Univerzita Palackého v Olomouci, VUT, Mendelova univerzita a Karlova univerzita). Masarykova univerzita chce jít i nadále kupředu v digitální komunikaci a vystupovat jako moderní instituce, která naslouchá aktuálním trendům.

Pro komunikační aktivitu v tomto akademickém roce univerzita využije opět ideový koncept komunikační kampaně #munichallenge a vizuály stejného charakteru jako v roce 2022/2023. Po dodavateli soutěženém v této veřejné zakázce požadujeme relevantní nastavení a vedení celouniverzitní kampaně v mediálním prostoru tak, aby dodané vizuály zasáhly relevantní cílovou skupinu, specifikovanou v přílohách dokumentace. Součástí této zakázky je nákup médií (kreditů) na platformách Google Ads, Sklik, sociálních sítích (Facebook, Instagram) a dodání reportů z jednotlivých fází kampaně.

- 2.3. **Předpokládaná hodnota veřejné zakázky bez vyhrazeného plnění (dále jen „opce“) činí 500.000,- Kč bez daně z přidané hodnoty (dále jen „DPH“).** Předpokládaná hodnota veřejné zakázky včetně opce činí 650.000,- Kč bez DPH, z toho předpokládaná hodnota opce činí 150.000,- Kč bez DPH.

2.4. Vyhrazené změny závazku; opce

- a) Zadavatel si vyhrazuje možnost změn závazku ze smlouvy na veřejnou zakázku. Podmínky pro tyto změny jsou vymezeny v obchodních a jiných smluvních podmínkách.
- b) Zadavatel si vyhrazuje možnost využití opce. Předpokládaná doba využití opce činí 1 rok od doby uzavření smlouvy.
- c) Rozsah opce činí zejména požadavek zadavatele na nákup dalšího reklamního prostoru.
- d) Další podmínky využití opce jsou vymezeny v obchodních a jiných smluvních podmínkách.

3. HODNOCENÍ NABÍDEK

3.1. Podané nabídky budou hodnoceny dle jejich ekonomické výhodnosti v níže uvedených kritériích

Kritérium	Váha kritéria
Nabídková cena	20 %
Mediální plán kampaně	80 %

Nejvýhodnější nabídkou je ta, která získá nejvyšší celkový počet bodů, tj. součet bodových ohodnocení získaných v dílčích kritériích **vynásobených vahou příslušného kritéria**.

3.2. Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Nabídková cena

- Nabídkovou cenou se rozumí cena za splnění předmětu veřejné zakázky.
- Nabídková cena bude stanovena v **Kč bez DPH a bude uvedena ve formuláři nabídky**.
- Nabídková cena bude hodnocena dle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{nabídka s nejnižší cenou}}{\text{hodnocená nabídka}} \times 100$$

3.3. Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Mediální plán kampaně

3.4.1 Požadavky na zpracování mediálního plánu kampaně

V rámci tohoto kritéria budou hodnoceny návrhy mediálního plánu kampaně (*dále jen „**Návrh mediaplánu**“*) jednotlivých účastníků zpracované dle níže uvedených požadavků.

Součástí Návrhu mediaplánu bude popis mediálního plánu kampaně reflektující cíle komunikační aktivity a cílové skupiny specifikované v příloze zadávací dokumentace. **Návrh mediaplánu bude obsahovat tyto povinné položky:**

- koncepce využití komunikačních kanálů s důrazem na sociální sítě
 - přehled vybraných komunikačních nástrojů
 - rozpad rozpočtu na nákup médií v jednotlivých komunikačních kanálech v rámci stanovených komunikačních fází kampaně
- návrh sestavení finančního rozpočtu pro celou zakázku

Doporučený formát pro odevzdání Návrhu mediaplánu je pdf.

3.4.2 Posouzení a hodnocení Návrhu mediaplánu

- V rámci dílčího hodnotícího kritéria Mediální plán kampaně bude jako nejvýhodnější hodnocena nabídka účastníka, jehož **Návrh mediaplánu povede k maximálnímu naplnění účelu veřejné zakázky popsanému v ustanovení 2.2 zadávací dokumentace a v příloze smlouvy – Popis předmětu veřejné zakázky**. Míra naplnění účelu veřejné zakázky bude sledována v následujících aspektech, které zadavatel stanovuje bez pořadí významnosti:
 - schopnost Návrhu mediaplánu splnit strategický záměr komunikační aktivity (viz ustanovení 2.2 zadávací dokumentace „Účel veřejné zakázky“)
 - adekvátnost výběru komunikačních nástrojů a jejich schopnost naplnit cíle

- b) Body budou přiděleny **ke každému hodnocenému aspektu samostatně**, a to následujícím způsobem:

Slovní hodnocení míry, jakou Návrh mediaplánu povede k naplnění účelu veřejné zakázky	Body
Vysoká míra Účastník prokázal , že Návrh mediaplánu povede k maximálnímu naplnění účelu Veřejné zakázky.	10
Vyšší než neutrální míra, ale nedosahuje té úrovně, aby ji bylo možno označit za vysokou Účastník prokázal , že Návrh mediaplánu povede k dobrému naplnění účelu Veřejné zakázky.	8
Neutrální míra Účastník neprokázal , že Návrh mediaplánu povede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	6
Nízká míra Účastník prokázal , že Návrh mediaplánu nepovede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	1
Nelze vyhodnotit.	0

- c) Přidělení bodů bude u každého aspektu stručně odůvodněno
- d) Součet bodů za každý hodnocený aspekt bude vynásoben vahou daného dílčího hodnotícího kritéria.
- e) Návrh mediaplánu představuje rámec, který bude vybraným dodavatelem dále rozpracován v souladu se smlouvou.

4. KVALIFIKACE

Dodavatelé jsou povinni prokázat kvalifikaci požadovanou zadavatelem. Požadavky na kvalifikaci jsou zadavatelem stanoveny ve formuláři nabídky.

5. DALŠÍ POŽADAVKY A DOPORUČENÍ KE ZPRACOVÁNÍ NABÍDEK

- 5.1. Nabídka musí být v plném rozsahu zpracována v českém nebo slovenském jazyce.
- 5.2. V případě rozporu mezi údaji uvedenými v dokumentech,
- jejichž předložení je zadavatelem v zadávacích podmínkách výslovně požadováno, a údaji uvedenými v ostatních dokumentech, které účastník v nabídce předložil, platí údaje uvedené v zadavatelem požadovaných dokumentech;
 - jejichž předložení v nabídce zadavatel v zadávacích podmínkách nepožadoval, a údaji uvedenými v zadávacích podmínkách, mají přednost zadávací podmínky.

Možnost přezkumu takových dokumentů zadavatelem tím není dotčena.

- 5.3. Zadavatel není povinen k dokumentům a údajům, které účastník předložil v nabídce nad rámec povinností stanovených v zadávacích podmínkách, jakkoli přihlížet.

- 5.4. Nabídky lze zpracovat výhradně v elektronické podobě.
- 5.5. Každý dodavatel může podat pouze jednu nabídku. Účastník nesmí být současně osobou, jejímž prostřednictvím jiný účastník v tomtéž výběrovém řízení prokazuje kvalifikaci.

6. ZPŮSOB PODÁNÍ NABÍDEK

- 6.1. Nabídky je nutné podat **nejpozději do konce lhůty pro podávání nabídek uvedené v elektronickém nástroji E-ZAK na adrese veřejné zakázky.**
- 6.2. Nabídky se podávají prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK na adrese veřejné zakázky.

7. OSTATNÍ PODMÍNKY

7.1. Jednání o nabídkách

Zadavatel si vyhrazuje právo jednat s účastníky o nabídkách.

- 7.2. Účastníci nemají právo na náhradu nákladů spojených s účastí ve výběrovém řízení.
- 7.3. V případě nejasností v zadávací dokumentaci jsou dodavatelé oprávněni po zadavateli požadovat vysvětlení zadávací dokumentace. Žádosti o vysvětlení zadávací dokumentace jsou dodavatelé povinni podávat výhradně prostřednictvím elektronického nástroje.
- 7.4. Zadavatel si vyhrazuje právo na změnu nebo doplnění zadávací dokumentace, a to buď na základě žádostí dodavatelů o vysvětlení zadávací dokumentace, nebo z vlastního podnětu.
- 7.5. Zadavatel je oprávněn odmítnout všechny předložené nabídky, případně výběrové řízení bez uvedení důvodu zrušit, a to až do uzavření smlouvy s vybraným dodavatelem.
- 7.6. Zadavatel jako správce osobních údajů informuje subjekty údajů, od nichž obdrží nabídku, že osobní údaje zpracovává výhradně z důvodu a za účelem splnění právních povinností stanovených zákonem č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek. Další informace o zpracování a ochraně osobních údajů jsou k dispozici zde: <https://www.muni.cz/o-univerzite/uredni-deska/ochrana-osobnich-udaju>.