

Rozhodnutí o výběru dodavatele

Identifikace veřejné zakázky

Název: Komunikační kampaň 2024–2026 – kreativa a strategie
Druh veřejné zakázky: Služby
Druh zadávacího řízení: Zjednodušené podlimitní řízení
Adresa veřejné zakázky: <https://zakazky.muni.cz/vz00006934>

Identifikační údaje zadavatele

Název: Masarykova univerzita
Sídlo: Žerotínovo nám. 617/9, 601 77 Brno
IČ: 00216224

Výrok:

Zadavatel rozhodl o výběru nabídky účastníka **MEDIA AGE s.r.o., se sídlem tř. kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno, IČ: 26977958**, jako nejvhodnější k plnění výše uvedené veřejné zakázky.

Odůvodnění:

Zadavatel v zadávacích podmínkách stanovil, že podané nabídky budou hodnoceny následujícím způsobem:

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

Kritérium	Váha kritéria
Nabídková cena	5 %
Zkušenosti člena realizačního týmu	20 %
Marketingové a tvůrčí řešení	75 %

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

Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Nabídková cena

- a) Nabídkovou cenou se rozumí cena za splnění předmětu veřejné zakázky.
- b) Nabídková cena bude stanovena v Kč bez DPH a bude uvedena ve formuláři nabídky. Ve formuláři nabídky je rovněž stanovena maximálně přípustná nabídková cena.
- c) Nabídková cena bude hodnocena dle následujícího vzorce:

$\text{Počet bodů} = \frac{\text{nabídka s nejnižší cenou}}{\text{hodnocená nabídka}} \times 5$

Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Zkušenosti člena realizačního týmu

- a) Účastníkovi budou přiděleny 4 body za každou zkušenost člena: Creative director (dále jen „CD“), která splňuje požadavky uvedené v ust. 4. písm. a) Formuláře nabídky.
- b) Má-li zkušenost CD dle předchozího písmene vlastnost či vlastnosti uvedené v ust. 4 písm. b) formuláře nabídky, budou jí přiděleny další 3 body za každou vlastnost.
- c) Takto může být ohodnoceno maximálně 5 zkušenosti CD.
- d) Počet bodů (před zvážením) přidělených v rámci kritéria Zkušenosti člena realizačního týmu bude odpovídat součtu bodů za všechny zkušenosti CD.
- e) Údaje rozhodné pro hodnocení v rámci kritéria Zkušenosti člena realizačního týmu budou uvedeny ve formuláři nabídky.
- f) Na pozici CD bude uvedena pouze jedna osoba. Pokud uvede účastník zkušenosti více osob, nebudou zkušenosti těchto osob zahrnuty v dané pozici do hodnocení.
- g) Osoba na pozici CD se musí podílet na realizaci zakázky.

Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Marketingové a tvůrčí řešení

Požadavky na zpracování marketingového a tvůrčího řešení

V rámci tohoto kritéria budou hodnoceny návrhy marketingového a tvůrčího řešení (dále jen „Návrh řešení“) jednotlivých účastníků zpracované dle níže uvedených požadavků.

Součástí Návrhu řešení bude popis marketingového a tvůrčího řešení reflektující strategický záměr, cíle komunikační aktivity a cílové skupiny specifikované v zadávací dokumentaci a jejích přílohách. Návrh řešení bude obsahovat tyto povinné položky:

Komunikační období akademických let 2024/2025 a 2025/2026:

- a) Návrh komunikační strategie
 - popis ideové platformy komunikační aktivity
 - popis ideových východisek a koncepce obsahové strategie; zejména rozpracování strategie vývoje kampaně ve dvouletém období (strategie pro 1. rok a strategie pro 2. rok)
 - návrh spolupráce se studenty, tj. fakultními tvářemi, včetně výběru marketingových nástrojů a kanálů pro tuto formu spolupráce
- b) Návrh kreativního ztvárnění
 - ukázky aplikace textového a vizuálního řešení ve vybraných mediatypech:
 - návrh 2 postů na facebookovou stránku Studuj na MUNI - návrh včetně grafiky a textace, komunikační cíl: zaujmout uchazeče o studium a dovést jej

k registraci na celouniverzitní den otevřených dveří Open Day MUNI 2024 (openday.muni.cz; 1. post) a Open Day MUNI 2025 (2. post).

- návrh 2 postů a 2 stories na IG @studujnamuni - návrh včetně grafiky a textace, komunikační cíl: zaujmout uchazeče o studium a přimět jej k podání přihlášky (1 post a 1 stories pro r. 2024/2025 a 1 post a 1 stories pro r. 2025/2026)
- návrh zpracování vizuálu pro oba dva roky minimálně pro 3 fakulty (grafický návrh bez textace, který respektuje specifika fakulty, ale zároveň navazuje na jednotný celouniverzitní vizuál kampaně) a jeho příklad využití na fakultním webu muni.cz; komunikační cíl: propagace studijní nabídky či benefitů studia na fakultě (účel, propojení s cílem kampaně),
- návrh moodboardu náborového videa pro uchazeče určeného na youtube o studium včetně hrubého scénáře, případného voiceoveru; stopáž: do 60 s; komunikační cíl: zaujmout a dovést uchazeče k podání přihlášky na univerzitu - <https://is.muni.cz/prihlaska/>; je třeba počítat s dodáním finálního produktu do konce listopadu 2024 – stěžejní část kampaně

Dodání výše uvedených ukázek je vyžadováno v elektronické podobě (doporučený formát pdf).

Posouzení a hodnocení Návrhu řešení

- a) V rámci dílčího hodnotícího kritéria Marketingové a tvůrčí řešení bude jako nejvýhodnější hodnocena nabídka účastníka, jehož Návrh řešení 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 řešení splnit strategický záměr komunikační aktivity (viz ustanovení 2.2 zadávací dokumentace „Účel veřejné zakázky“), navázat tak na nastavenou tonalitu komunikace s akcentem na kvalitní studium a na cíle stanované ve Strategickém záměru MU na léta 2021–2028 a zároveň přidat prvek podpory studentů
 - adekvátnost klíčových sdělení a atraktivita jejich kreativního ztvárnění vzhledem k cílovým skupinám
 - soulad vizuální části Návrhu řešení s jednotným vizuálním stylem zadavatele
 - adekvátnost Návrhu řešení vzhledem potřebě všech fakult MU užívat jednotný kampaňový vizuál ve svých výstupech
 - univerzálnost vizuálů z hlediska použití (umožnění jednoduchých ořezů, doplnění vizuálů vlastním textem; použitelnost na 2 roky, recyklovatelnost).
 - originalita a kreativita
- b) Body budou přiděleny ke každému hodnocenému aspektu samostatně, a to následujícím způsobem:

Slovní hodnocení míry, jakou Návrh řešení povede k naplnění účelu veřejné zakázky	Body
Vysoká míra Účastník prokázal, že Návrh řešení 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 řešení povede k dobrému naplnění účelu Veřejné	8

zakázky.	
Neutrální míra Účastník neprokázal, že Návrh řešení povede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	6
Nízká míra Účastník prokázal, že Návrh řešení nepovede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	1
Nelze vyhodnotit.	0

Počet bodů (před zvážení) přidělených v rámci kritéria Marketingové a tvůrčí řešení bude odpovídat součtu bodů přidělených za jednotlivé hodnocené aspekty.

Přidělení bodů bude u každého aspektu stručně odůvodněno.

Návrh řešení představuje rámec, který bude vybraným dodavatelem dále rozpracován v souladu se smlouvou.

- - -

Při rovnosti bodů bude vybrána nabídka účastníka s vyšší hodnotou referenčních zakázek doložených v rámci technické kvalifikace.

- - -

Poř. č. nabídky	Hodnocený účastník	Nabídková cena Kč bez DPH	Bodová hodnota nabídky	Vážená bodová hodnota nabídky
4	Story TLRS s.r.o.	1 488 200,00	0,93	4,64
5	X production s.r.o.	1 550 000,00	0,89	4,45
6	studio DRUŽINA s.r.o.	1 549 000,00	0,89	4,45
7	MEDIA AGE s.r.o.	1 520 000,00	0,91	4,54
8	STEEZY, s.r.o.	1 550 000,00	0,89	4,45
9	KREJTA solutions s.r.o.	1 380 000,00	1,00	5,00
10	Konektor Digital s.r.o.	1 528 000,00	0,90	4,52
11	Narrative Media s.r.o.	1 380 000,00	1,00	5,00

Poř. č. nabídky	Hodnocený účastník	Zkušenosti člena realizačního týmu body	Vážená bodová hodnota nabídky
4	Story TLRS s.r.o.	41,00	8,20
5	X production s.r.o.	37,00	7,40
6	studio DRUŽINA s.r.o.	44,00	8,80
7	MEDIA AGE s.r.o.	50,00	10,00
8	STEEZY, s.r.o.	30,00	6,00
9	KREJTA solutions s.r.o.	44,00	8,80
10	Konektor Digital s.r.o.	16,00	3,20
11	Narrative Media s.r.o.	50,00	10,00

Poř. č. nabídky	Hodnocený účastník	Marketingové a tvůrčí řešení body	Vážená bodová hodnota nabídky
4	Story TLRS s.r.o.	42,00	31,50
5	X production s.r.o.	46,00	34,50
6	studio DRUŽINA s.r.o.	50,00	37,50
7	MEDIA AGE s.r.o.	54,00	40,50
8	STEEZY, s.r.o.	50,00	37,50
9	KREJTA solutions s.r.o.	44,00	33,00
10	Konektor Digital s.r.o.	42,00	31,50
11	Narrative Media s.r.o.	43,00	32,25

Číslo nabídky	Hodnocený účastník	Nabídková cena v Kč bez DPH	Zkušenosti člena realizačního týmu	Marketingové a tvůrčí řešení	Součet
4	Story TLRS s.r.o.	4,64	8,20	31,50	44,34
5	X production s.r.o.	4,45	7,40	34,50	46,35
6	studio DRUŽINA s.r.o.	4,45	8,80	37,50	50,75
7	MEDIA AGE s.r.o.	4,54	10,00	40,50	55,04
8	STEEZY, s.r.o.	4,45	6,00	37,50	47,95
9	KREJTA solutions s.r.o.	5,00	8,80	33,00	46,80
10	Konektor Digital s.r.o.	4,52	3,20	31,50	39,22
11	Narrative Media s.r.o.	5,00	10,00	32,25	47,25

Výsledek hodnocení a pořadí nabídek vyplývá z níže uvedeného:

Pořadí v hodnocení	Název	IČO	Celkový počet bodů	Pořadové číslo nabídky
1.	MEDIA AGE s.r.o., se sídlem tř. kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno	26977958	55,04	7.
2.	studio Družina s.r.o., se sídlem Drtinova 557/10, 150 00 Praha 5	02888467	50,75	6.
3.	STEEZY, s.r.o., se sídlem Obilní trh 4, 602 00 Brno	07812558	47,95	8.
4.	Narrative Media s.r.o., se sídlem Cyrilská 508/7, 602 00 Brno	03742768	47,25	11.
5.	KREJTA solutions s.r.o., se sídlem Jakubská 1, 602 00 Brno	04977297	46,80	9.

6.	X production s.r.o., se sídlem Filipínského 36, 615 00 Brno	26304422	46,35	5.
7.	Story TLRS s.r.o., se sídlem Americká 415/36, 120 00 Praha 2	04160754	44,34	4.
8.	Konektor Digital s.r.o., se sídlem Klimentská 1207/10, 110 00 Praha 1	01698567	39,22	10.

Zadavatel posoudil splnění podmínek účasti vybraného dodavatele a konstatoval, že dodavatel splňuje veškeré stanovené podmínky. Podrobně je výsledek posouzení splnění podmínek účasti vybraného dodavatele zaznamenán v příloženém protokolu o průběhu přezkumu. Protokol o průběhu přezkumu splňuje náležitosti zprávy o hodnocení nabídek ve smyslu § 119 odst. 2 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů.