



ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Identifikace veřejné zakázky

Název: **Komunikační kampaň**

Druh veřejné zakázky: Služby

Režim veřejné zakázky: Veřejná zakázka malého rozsahu

Adresa veřejné zakázky: <https://zakazky.muni.cz/vz00005160>

Identifikační údaje zadavatele

Název: **Masarykova univerzita**

Sídlo: Žerotínovo nám. 617/9, 601 77

IČ: 00216224

Zastoupen: Mgr. Martou Valešovou, MBA, kvestorkou

1. PREAMBULE

1.1. Veřejná zakázka je zadávána ve výběrovém řízení mimo režim zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek.

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.

1.4. Kontaktní osobou zadavatele pro toto výběrové řízení je Mgr. Petra Kopová, tel. č. +420 549 49 8764 a e-mail kopova@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.

2. PŘEDMĚT VEŘEJNÉ ZAKÁZKY, PODMÍNKY PLNĚNÍ

2.1. Předmětem veřejné zakázky je návrh strategicko-kreativní komunikační kampaně k příležitosti oslav 100. výročí založení Masarykovy univerzity včetně její realizace. Podrobněji je předmět veřejné zakázky popsán níže v této dokumentaci a přílohách.

2.2. Účel veřejné zakázky:

Strategickým záměrem realizace komunikační aktivity je využití 100. výročí založení Masarykovy univerzity jako marketingové příležitosti pro ovlivnění brand positioningu a posílení brand awareness v postojích veřejnosti (v souvislosti s nedávnou změnou vizuální identity univerzity) na straně jedné, a posílení sounáležitosti a identifikace interních cílových skupin s institucí na straně druhé.

Účel veřejné zakázky spočívá ve vytvoření a realizaci komplexní komunikační aktivity, jejíž dlouhodobé cíle zmíněné výše, doplňuje krátkodobý cíl v podobě aktivace členů cílových skupin k návštěvě eventů v rámci oslav 100. výročí založení Masarykovy univerzity.

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

2.3. Dostupnost zadávací dokumentace

- Zadávací dokumentace je uveřejněna na profilu zadavatele s výjimkou přístupu k designmanuálu Masarykovy univerzity (dále jen „Designmanuál MU“) s ohledem na ochranu autorských práv. Designmanuál MU představuje povinný prvek Návrhu řešení.
- Dodavatel je povinen zaslat zadavateli žádost o poskytnutí Designmanuálu MU prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK. Součástí žádosti musí být podepsané čestné prohlášení dodavatele, jehož vzor je přílohou této zadávací dokumentace.
- Přístup k Designmanuálu MU bude dodavateli vygenerován nejpozději do 3 pracovních dnů od doručení žádosti zahrnující podepsané čestné prohlášení zadavateli, o čemž bude dodavatel informován prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK.

- 2.4. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky činí 1 950 000,- Kč bez daně z přidané hodnoty (dále jen „DPH“). Součástí předpokládané hodnoty je i skicovné ve výši 20 000,- Kč bez daně z přidané hodnoty. Skicovné ve výši 5000,- Kč bez daně z přidané hodnoty je určeno pro každého účastníka, který se umístí na druhém až pátém místě v pořadí v rámci hodnocení nabídek.

3. HODNOCENÍ NABÍDEK

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

Kritérium	Váha kritéria
Nabídková cena	20 %
Zkušenosti členů realizačního týmu	20 %
Marketingové a tvůrčí řešení	60 %

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**. Ve formuláři nabídky je rovněž **stanovena maximálně přípustná nabídková cena**.
- Nabídková cena bude hodnocena dle následujícího vzorce:

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

3.3. Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Zkušenosti členů realizačního týmu

- Účastníkovi budou přiděleny 4 body za každou zkušenost člena: Creative director (*dále jen „CD“*) a 4 body za každou zkušenost člena: Strategic planner (*dále jen „SP“*), které splňují požadavky uvedené v ust. 4. písm. a) formuláře nabídky.
- Má-li zkušenost CD či SP dle předchozího písmene vlastnost či vlastnosti uvedené v ust. 4 písm. b) formuláře nabídky, budou jí přiděleny další 2 body za každou vlastnost.
- Takto může být ohodnoceno max. 5 zkušenosti CD a max. 5 zkušenosti SP.
- Počet bodů (před zvážením) přidělených v rámci kritéria Zkušenosti členů realizačního týmu bude odpovídat součtu bodů za všechny zkušenosti CD a zkušenosti SP v souhrnu.
- Údaje rozhodné pro hodnocení v rámci kritéria Zkušenosti členů realizačního týmu budou uvedeny ve formuláři nabídky.
- Osoby na pozicích CD a SP musí být rozdílné. Na každé této pozici bude uvedena pouze jedna osoba.
- Osoby na pozicích CD a SP se musí podílet na případné realizaci zakázky.

3.4. Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Marketingové a tvůrčí řešení

3.4.1 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 příloze zadávací dokumentace. **Návrh řešení bude obsahovat tyto povinné položky:**

- Návrh komunikační strategie**
 - popis ideové platformy komunikační aktivity
 - popis ideových východisek a koncepce obsahové strategie
 - koncepce takticko-realizačního časového plánu komunikační aktivity
 - přehled a popis fází komunikace
 - koncepce formátu komunikace
 - přehled vybraných komunikačních nástrojů a nosičů s odhadem zásahu
 - návrh sestavení finančního rozpočtu komunikační aktivity
 - popis rozložení finančních nákladů do jednotlivých navržených fází komunikační aktivity
 - popis rozložení finančních nákladů do jednotlivých navržených komunikačních nástrojů
- Návrh kreativního ztvárnění**
 - ukázky aplikace textového a vizuálního řešení ve vybraných mediatypech

- návrh citylightu v rámci komunikační aktivity „100 příběhů“, komunikační cíl: prezentace vybraného univerzitního příběhu veřejnosti (podklad pro zpracování příběhu je přílohou zadávací dokumentace)
- návrh storyboardu televizního spotu v České televizi včetně scénáře a voiceoveru, stopáž: 30 s, komunikační cíl: Masarykova univerzita slaví 100. výročí založení + prezentace vybraného příběhu v rámci dané kategorie (rozdělení stopáže 15/15 s nebo 20/10 s), (podklad pro zpracování příběhu je přílohou zadávací dokumentace)

c) **Osobní prezentace Návrhu řešení**

- Návrh řešení bude osobně prezentován za účelem ústního objasnění a diskuse nad předloženými návrhy za účasti komise. Osobní prezentace bude zahrnovat rovněž stručné představení účastníka.
- Maximální délka osobní prezentace je stanovena na 45 minut. Osobní prezentace proběhne v sídle zadavatele.
- Osobní prezentace je povinen účastnit se CD i SP současně.
- Termín prezentace bude účastníkům upřesněn po podání a posouzení nabídek. Zadavatel upozorňuje, že způsob prezentace, prezentační dovednosti, ani počet prezentujících nebude předmětem hodnocení. **Hodnocena bude pouze věcná stránka Návrhu řešení.**
- Účastník může být z účasti na osobní prezentaci včas omluven. V takovém případě zadavatel nabídne účastníkovi jiný termín.
- Pokud se účastník k prezentaci nedostaví, bude mu v rámci hodnocení tohoto kritéria přiděleno 0 bodů, tzn. nelze vyhodnotit, dle níže uvedené tabulky.
- O průběhu osobní prezentace bude pořízen audiovizuální záznam.

3.4.2 **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 ust. 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:
- soulad Návrhu řešení s identitou Masarykovy univerzity
 - schopnost Návrhu řešení splnit strategický záměr komunikační aktivity
 - adekvátnost nastavení takticko-realizačního plánu komunikace a jeho schopnost naplnit cíle
 - adekvátnost výběru komunikačních nástrojů a jejich schopnost naplnit cíle
 - adekvátnost klíčových sdělení a jejich kreativní ztvárnění vzhledem k cílovým skupinám
 - soulad vizuální části Návrhu řešení s jednotným vizuálním stylem zadavatele
 - schopnost Návrhu řešení efektivně pracovat s náklady a riziky
- 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 a osobní prezentací potvrdil , 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 a osobní prezentací potvrdil , že Návrh řešení povede k dobrému naplnění účelu Veřejné zakázky.	8
Neutrální míra Účastník neprokázal a osobní prezentací nepotvrdil , že Návrh řešení povede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	6
Nízká míra Účastník prokázal a osobní prezentací potvrdil , že Návrh řešení nepovede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	1
Nelze vyhodnotit.	0

- c) **Počet bodů** (před zvážením) přidělených v rámci kritéria Marketingové a tvůrčí řešení bude hodnoceno dle následujícího vzorce; do hodnocení vstupuje hodnota odpovídající **aritmetickému průměru bodů přidělených za jednotlivé hodnocené aspekty**:

$\text{Počet bodů} = \frac{\text{hodnocená nabídka}}{\text{nabídka s nejvyšší hodnotou}} \times 100$
--

- d) Přidělení bodů bude u každého aspektu stručně odůvodněno.
- e) Návrh řešení představuje rámec, který bude vybraným dodavatelem dále rozpracován v souladu se smlouvou.
- f) Hodnoty budou zaokrouhleny na 2 desetinná místa.

4. KVALIFIKACE

Dodavatelé jsou povinni prokázat kvalifikaci požadovanou zadavatelem. Zadavatel **nepožaduje** doložení základní, profesní způsobilosti a ekonomické kvalifikace. **Požadavky na technickou kvalifikaci jsou zadavatelem stanoveny ve formuláři nabídky.**

5. OVĚŘOVACÍ FÁZE

- 5.1. Dodavatel, jehož nabídka bude vyhodnocena jako **ekonomicky nejvýhodnější**, **postoupí do ověřovací fáze.**
- 5.2. Ověřovací fáze je **předstupněm realizace veřejné zakázky** a její úspěšné provedení je nezbytnou podmínkou pro rozhodnutí o výběru nejvhodnější nabídky a uzavření smlouvy.
- 5.3. Zadavatel předpokládá, že **dodavatel bude v ověřovací fázi postupovat proaktivně** tak, aby zadavateli

potvrdil, že je schopen realizovat veřejnou zakázku o daném obsahu a rozsahu, a to k maximální možné spokojenosti zadavatele.

- 5.4. Ověřovací fáze je **zahájena výzvou zadavatele dodavatel**i, aby provedl ověřovací fázi. Setkání zadavatele a dodavatele bude probíhat v sídle zadavatele.
- 5.5. Zadavatel si vyhrazuje právo vyzvat dodavatele, aby potvrdil a obhájil
- a) **zkušenosti členů realizačního týmu**, a to předložením vyplněných a referenčními objednateli podepsaných prohlášení, která slouží k ověření informací uvedených dodavatelem v rámci hodnotícího kritéria Zkušenosti členů realizačního týmu, předloha pro zpracování prohlášení je přílohou zadávací dokumentace, případně je možné nahradit prohlášení jinými rovnocennými dokumenty, ze kterých plyne pravdivost a správnost údajů uvedených dodavatelem v rámci hodnotícího kritéria (zejména smlouvy, předávací protokoly, osvědčení a jiné)
 - b) že je ztotožněn s obsahem nabídky a že je **schopen realizovat veřejnou zakázku a dosáhnout účelu veřejné zakázky** o daném obsahu a rozsahu, a to včas a v maximální možné kvalitě, a to předložením **návrhu realizačního harmonogramu provádění Díla**.
- 5.6. Zadavatel si vyhrazuje právo jednat s účastníky o nabídkách.
- 5.7. Po skončení ověřovací fáze zadavatel potvrdí, zda se dodavateli podařilo obhájit všechny body přidělené v příslušných kritériích, příp. rozhodne o konečném množství bodů dodavatele.

6. DALŠÍ POŽADAVKY A DOPORUČENÍ KE ZPRACOVÁNÍ NABÍDEK

- 6.1. Nabídka musí být v plném rozsahu zpracována v českém nebo slovenském jazyce.
- 6.2. V případě rozporu mezi údaji uvedenými v dokumentech,
- a) 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;
 - b) 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.

- 6.3. Zadavatel není povinen k dokumentům a údajům, které účastník předložil v nabídce nad rámec povinností stanovených v zadávacích podmínkách, jakkoli přihlížet.
- 6.4. Účastník nesmí být současně osobou, jejímž prostřednictvím jiný účastník v tomtéž výběrovém řízení prokazuje kvalifikaci.

7. ZPŮSOB PODÁNÍ NABÍDEK

- 7.1. Nabídky je nutné podat nejpozději do **1. 10. 2018, 10:00 hod.**
- 7.2. Nabídky lze podat **buď v elektronické, nebo listinné podobě. Pouze ukázky aplikace textového a vizuálního řešení ve vybraných mediatypech dle ust. 3.4.1 písm. b) zadávací dokumentace se podávají výhradně v listinné podobě.**
- 7.3. **Nabídky v elektronické podobě** (mimo ukázky aplikace textového a vizuálního řešení ve vybraných mediatypech dle ust. 3.4.1 písm. b) zadávací dokumentace) se podávají prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK na adrese veřejné zakázky.
- 7.4. **Nabídky v listinné podobě**

1. se podávají na podatelnu Rektorátu Masarykovy univerzity, Žerotínovo nám. 617/9, 601 77 Brno;
2. musí být doručeny v řádně uzavřené obálce označené názvem veřejné zakázky. Zadavatel účastníkům doporučuje označit obálku následovně:

NEOTVÍRAT – VÝBĚROVÉ ŘÍZENÍ

Komunikační kampaň Masarykovy univerzity

7.5. Ukázky aplikace textového a vizuálního řešení

Ukázky aplikace textového a vizuálního řešení ve vybraných mediatypech dle ust. 3.4.1 písm. b) zadávací dokumentace (návrh citylightu a návrh storyboardu):

1. jsou vyhotoveny v tiskové kvalitě a předloženy na tvrdých černých papírech formátu A2;
2. budou vytištěny jednotlivě na samostatných formátech;
3. se podávají na podatelnu Rektorátu Masarykovy univerzity, Žerotínovo nám. 617/9, 601 77 Brno;
4. musí být doručeny v řádně uzavřené obálce označené názvem veřejné zakázky. Zadavatel účastníkům doporučuje označit obálku následovně:

NEOTVÍRAT – VÝBĚROVÉ ŘÍZENÍ

Ukázky aplikace textového a vizuálního řešení

Komunikační kampaň Masarykovy univerzity

5. pokud účastník podává kompletní nabídku v listinné podobě, předloží Ukázky aplikace textového a vizuálního řešení zároveň v obálce s nabídkou, není nutné podávat část nabídky Ukázky aplikace textového a vizuálního řešení zvlášť v uzavřené obálce.

8. OSTATNÍ PODMÍNKY

- 8.1. Účastníci nemají právo na náhradu nákladů spojených s účastí ve výběrovém řízení.
- 8.2. 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 E-ZAK.
- 8.3. 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.
- 8.4. Zadavatel je oprávněn odmítnout všechny předložené nabídky, případně výběrové řízení bez uvedení důvodu zrušit, a to až do uzavření smlouvy s vybraným dodavatelem.

8.5. Elektronický nástroj E-ZAK

- a) Veškeré úkony v rámci výběrového řízení se provádějí elektronicky prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK, nestanoví-li zadavatel v zadávacích podmínkách nebo v průběhu výběrového řízení jinak. Zadavatel dodavatele upozorňuje, že **pro plné využití všech možností elektronického nástroje E-ZAK je třeba provést a dokončit tzv. registraci dodavatele.**
- b) Zadavatel dodavatelům doporučuje, aby kontaktní osobu zadavatele požádali o přiřazení k veřejné zakázce nebo aby průběžně sledovali adresu veřejné zakázky.
- c) Zavedl-li zadavatel dodavatele do elektronického nástroje E-ZAK, uvede u něj jako kontaktní údaje takové, které získal jako veřejně přístupné, nebo jiné vhodné kontaktní údaje. Je povinností každého dodavatele, aby před dokončením registrace do elektronického nástroje E-ZAK své kontaktní údaje zkontroloval a případně upravil či

doplnil jiné.

- d) Veškeré písemnosti zasílané prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK se považují za řádně doručené dnem jejich doručení do uživatelského účtu adresáta písemnosti v elektronickém nástroji E-ZAK. Na doručení písemnosti nemá vliv, zda byla písemnost jejím adresátem přečtena, případně, zda elektronický nástroj E-ZAK adresátovi odeslal na kontaktní emailovou adresu upozornění o tom, že na jeho uživatelský účet v elektronickém nástroji E-ZAK byla doručena nová zpráva, či nikoli.
- e) Podmínky a informace týkající se elektronického nástroje E-ZAK včetně informací o používání elektronického podpisu jsou dostupné na:

<https://zakazky.muni.cz/data/manual/EZAK-Manual-Dodavatele.pdf>

https://zakazky.muni.cz/data/manual/QCM.Podepisovaci_applet.pdf

Mgr. Marta Valešová, MBA
kvestorka
(podepsáno elektronicky)