

## **SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ**

### **Viz. Bod 2.1.1. Zadávací dokumentace: Návrh PR strategie a komunikačního plánu**

Dle dostupných informací v čase přípravy nabídky (viz Příloha Zadávací dokumentace č.7), předloží uchazeč ve struktuře:

- I. Definice klíčových cílů public relations (PR)
- II. Návrh konkrétních nástrojů PR komunikace pro efektivní oslovení cílových skupin
- III. Časový harmonogram příprav a realizace
- IV. Popis metodiky řízení a realizace PR aktivit a schéma komunikace se zadavatelem
- V. Návrh způsobu vyhodnocení efektivity PR aktivit a reporting
- VI. Návrh způsobu spolupráce a komunikace s novináři

Součástí nabídky uchazečů bude **návrh dokumentu „PR strategie a komunikační plán“**.

Výsledný dokument „PR strategie a komunikační plán“ bude dopracován vítězným uchazečem na základě připomínkového řízení se Zadavatelem, a to v tištěné a elektronické verzi v rozsahu cca 15 stran formátu A4, velikost písma 11, typ písma Arial.

### **Viz. Bod 2.1.2. Zadávací dokumentace: Návrh a správa aktivit na internetu:**

**Aktivní spolupráce** při správě webových stránek projektu Stáže ve firmách – především návrhy na zlepšení obsahu/členění webových stránek projektu, příprava textů na web

**Aktivní správa profilu na relevantních sociálních sítích**, spočívající v její aktualizaci min. 1x každý všední den (přičemž aktualizace musí sloužit k informování o projektu), v monitorování uživatelských dotazů a podnětů a publikování adekvátních reakcí na ně. Aktivní tvorba příspěvků a odpovědí, které budou publikovány až po schválení Zadavatelem.

**Propagace profilu** na sociální síti pomocí vlastních aplikací, popřípadě prostřednictvím dalších webových stránek.

### **Viz. Bod 2.1.3. Zadávací dokumentace: Poskytování služeb v oblasti PR spojených s:**

- I. odborným poradenstvím a krizovou komunikací: zjišťování odezvy v médiích a aktivní spoluúčast na pozitivní publicitě projektu, dále zajištění min. 100 hodin konzultací krizové komunikace\* po dobu trvání projektu (předpoklad trvání projektu činí 26 měsíců), odborné konzultace při přípravě zadávacích řízení v oblasti PR a marketingu,
- II. zajištěním tzv. pressoffice poskytující na vyžádání další informace médiím, aktivní vyhledávání příležitostí pro další medializaci projektu v médiích, nových kontaktů na média,
- III. media relations (servis pro média a komunikace s novináři), nabízení témat a podkladů, pravidelný mailing s relevantními médii (minimálně 1 x měsíčně), který uchazeč doloží v měsíčním reportu ve formě dohodnuté se Zadavatelem,

IV. podporou při realizaci a organizaci komunikačních a prezentačních aktivit (speciální akce – např. tzv. roadshow s cílem komunikovat se zapojenými subjekty a zástupci cílové skupiny, dále prezentační akce pro novináře. Následující údaje uvádějí požadavky

### **PREZENTAČNÍ AKCE PRO NOVINÁŘE**

- Předpokládaný počet v průběhu projektu: 10-13
- Předpokládaný počet účastníků se novinářů: 5 – 15
- Zajištění pronájmu vhodných prostor (předpokládáme především v Praze) včetně ozvučení (min. 1 přenosný mikrofon a 2 nepřenosné na stole pro řečníky) a prezentační techniky (LCD obrazovka nebo plátno a dataprojektor) – dle požadavků Zadavatele. Prostory musí schválit Zadavatel ještě před jejich závazným objednááním.
- Zajištění občerstvení novinářům:
  - Voda, káva, čaj, smetánky, cukr, drobné občerstvení (kanapky) cca 2-3 ks/os., ovoce
- Jmenovky řečníkům na stůl.
- Zajištění prezenčních listin a jejich vhodné umístění v prezentační místnosti.
- Rozeslání pozvánek novinářům, zpětné ověření účasti telefonicky/emailem.
- Příprava tzv. presskitů pro novináře:
  - Vytištění podkladů s informacemi podávanými na akci, event. jejich nahrání na datové nosiče, vložení do desek určených pro presskity včetně případných dalších informačních materiálů (vše dle požadavků Zadavatele).
- Zpracování tiskové zprávy z akce, rozeslání verze schválené Zadavatelem dalším médiím elektronicky.
- Zpracování závěrečné zprávy/zápisu z akce včetně FAQ, dále fotodokumentaci – vše do 3 dnů po skončení akce.
- Odborná konzultace před konáním akce dle potřeb Zadavatele.
- Organizační podporu v místě a době konání akce.
- vyzvednutí dalších materiálů souvisejících s konáním semináře v sídle Zadavatele nejpozději den před konáním semináře a jejich dodání do místa konání a zpět.
- Tlumočnické služby v případě potřeby.
- Dodržení pravidel publicity v místě konání akce a na všech materiálech souvisejících s akcí.

## SPOLUPRÁCE NA PŘÍPRAVĚ ROADSHOW

- Roadshow je plánována jako několik jednodenních prezentačních akcí, kde bude projekt zájemcům z řad cílové skupiny představen (předpokládáme, že se bude konat přímo na školách, event. úřadech práce, apod.).
- Předpokládaný počet míst: 14 měst po celé ČR
- Předpokládaný počet akcí: cca 30 – 50
- Zadavatel požaduje účast zástupce PR koordinátora alespoň na 5 akcích, určených Zadavatelem, dále konzultace před konáním těchto akcí, součinnost při zajišťování akce, přípravě potřebných materiálů a zpracování FAQ, vyhodnocení akce a tvorbu zprávy z akce, která bude obsahovat souhrn nejčastějších dotazů, zajímavé postřehy a celkové zhodnocení).
- Dodržení pravidel publicity v místě konání akce a na všech materiálech souvisejících s akcí.

V.vytvářením a distribucí tiskových zpráv na relevantní média,

- *předpokládaný počet cca 30 tiskových zpráv*
- *rozeslání každé tiskové zprávy na min. 20 relevantních kontaktů dle požadavků Zadavatele*

VI.přípravou dalších textů – PR články, rozhovory, případové studie, vklady do tisku, letáky, články, komerční přílohy atd.

- *předpokládaný počet cca 50 materiálů výše uvedeného charakteru*

VII.grafickým zpracováním textů v případě přípravy materiálů určených k prezentaci projektu dle požadavků konkrétní redakce tištěných i online médií, zajištění nákupu relevantních fotografií z fotobanky či jiných zdrojů, a to včetně licence na jejich používání v souladu s platnou legislativou,

- *předpokládaný počet cca 20 promo materiálů/inzercí dle parametrů požadovaných konkrétním médiem*
- *předpokládaný počet nakoupených fotografií schválených Zadavatelem cca 20 ks, a to elektronicky*

VIII.organizace, zajištění obsahové náplně i fundovaného lektora pro školení určené pro min. 4 pracovníky určené Zadavatelem – se zaměřením na aktivity PR manažera a základy krizové komunikace

IX.analýzou klíčových témat a mediálních výstupů v médiích, včetně zhodnocení čtenosti a hodnoty mediálního prostoru (měsíční periodicitu).

X. Zpracování měsíčního reportu v elektronické (.doc, .pdf) a písemné podobě o činnosti PR koordinátora, a to vždy k poslednímu dni daného měsíce. Součástí reportu bude i návrh činností a aktivit pro měsíc nadcházející. Měsíční report musí být schválen Zadavatelem, je podmínkou pro proplacení faktury za daný měsíc.

XI. Pravidelné osobní schůzky členů realizačního týmu se Zadavatelem (1-4x měsíčně).

\* Specifikace pojmu KRIZOVÁ KOMUNIKACE: „Komunikace firmy v situaci, kdy je její stabilita či pověst ohrožena negativní publicitou“ (zdroj: [www.reklamablog.cz/slovník-reklamy/](http://www.reklamablog.cz/slovník-reklamy/) )

Uchazeč při kalkulaci ceny zohlední následující požadavky na frekvenci komunikace se Zadavatelem:

Příprava tiskové zprávy ke konkrétní akci (např. TK)	Finální verze schválená zadavatelem max. 24 hodin před zahájením akce.
Příprava dílčí zprávy – obecně k činnosti a průběhu projektu	Do dvou pracovních dnů od vyslání požadavku
Zpracování textových a grafických materiálů (např. PR články, letáky, apod.)	Do tří pracovních dnů od vyslání požadavku
Odpověď na e-mailové dotazy/požadavky o informace	Do jednoho pracovního dne od vyslání požadavku
Zajištění konzultací v případě krizové komunikace	1. reakce do dvou hodin od vyslání požadavku
Zajištění konzultací v případě krizové komunikace	Výsledné řešení/reakce do 24 hodin od vyslání požadavku
Zajištění fungování press office	Reakce na podněty do druhého dne nejpozději** od vyslání požadavku
Odpověď na dotaz v rámci odborné konzultace	Do 12 hodin od vyslání požadavku
Aktualizace a zodpovězení dotazů na FB profilu projektu	Min. 1 x denně v době od 9:00 do 17:00 v pracovní dny

\*\*v případě mimořádných a komplikovaných dotazů lze lhůtu prodloužit, ovšem pouze se souhlasem Zadavatele

Požadavky ze strany Zadavatele budou Uchazeči zaslány emailem nebo písemně.

**Výběrové řízení má za cíl nastavit transparentní a především efektivní způsob nákupu výše uvedených služeb, jejichž účelem je propagovat Fond dalšího vzdělávání, Ministerstvo práce a sociálních věcí v souvislosti s realizací projektu Stáže ve firmách – vzdělávání praxí (reg. č.: CZ.1.07/3.1.00/41.0001), informovat o něm širokou veřejnost, zvýšit povědomí široké veřejnosti o konkrétních dopadech projektu a posílit pozitivní obraz projektu, a tím i Fondu dalšího vzdělávání a Ministerstva práce a sociálních věcí. PR služby budou využity v rámci celé České republiky.**

Předmětem veřejné zakázky mohou být i další činnosti vedoucí k naplnění činností dříve jmenovaných, pokud tvoří obvyklou součást plnění dle předchozí věty.

**Veškeré výstupy budou v souladu s pravidly vizuální identity operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OPVK), Logomanuálem loga projektu Stáže ve firmách – vzdělávání praxí a Logomanuálem loga Fondu dalšího vzdělávání. Zároveň Zadavatel požaduje, aby na dodaném plnění nebyla uvedena loga Uchazeče.**