



# Rámcová smlouva

č. 15/2012

## I. Smluvní strany

### Fond dalšího vzdělávání

se sídlem: Na Maninách 20, 170 00 Praha 7 – Holešovice

IČ: 004 05 698

ID datové schránky: hxu5e9c

Zastoupený: Ing. Pavlem Kryštofem, ředitelem FDV

Bankovní spojení: Komerční banka a.s.

Číslo účtu: 33531641/0100

(dále jen „objednatel“ či „FDV“)

a

### McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY

se sídlem: Riegrovy sady 28, 120 00 Praha 2

IČ: 17046041

DIČ: CZ17046041

ID datové schránky: nr8awf

Zastoupený: Ing. Jitkou Kuchařovou, jednatelkou společnosti

Bankovní spojení: UniCredit Bank Czech Republic, a.s.

Číslo účtu: 5005381001/2700

(dále jen „poskytovatel“)

uzavírají níže uvedeného data tuto rámcovou smlouvu (dále jen „*rámcová smlouva*“ či „*smlouva*“).

## Preambule

Tato rámcová smlouva je uzavírána jako logický krok následující po zadávacím řízení podlimitní veřejné zakázky s názvem „*Koordinační služby informačních a PR aktivit*“ (dále jen „*zadávací řízení*“ či „*veřejná zakázka*“), v němž byla nabídka poskytovatele vybrána jako nejvhodnější. Veřejná zakázka je zadávána v rámci projektu „*Stáže ve firmách – vzdělávání praxí*“ (výzva č. 41 OPVK), registrační číslo projektu: CZ.1.07/3.1.00/41.0001

## II.

### Předmět rámcové smlouvy

1. Smluvní strany se touto smlouvou zavazují dodržovat ve vzájemném obchodním styku dále uvedené obchodní podmínky, které prohlašují za společné a odsouhlasené pro všechny budoucí obchodně-závazkové vztahy, nebude-li výslovně písemně ujednáno něco jiného.
2. Předmětem plnění této smlouvy je závazek poskytovatele realizovat pro objednatele následující služby:
  - 2.1. Navržení nejvhodnějšího postupu poskytování služeb Public Relation (PR) objednatelem, zejména pak tvorba strategie PR a komunikačního plánu s důrazem na harmonogram projektu „*Stáže ve firmách – vzdělávání praxí*“.
  - 2.2. Návrh a správa aktivit na internetu



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### 2.3. Poskytování služeb v oblasti PR spojených s:

- odborným poradenstvím a krizovou komunikací,
- zajištěním tzv. press office,
- media relations (servis pro média a komunikace s novináři), nabízení témat a podkladů médiím,
- podporou při realizaci a organizaci komunikačních a prezentačních aktivit,
- vytvářením a distribucí tiskových zpráv na relevantní média,
- přípravou dalších textů – PR články, rozhovory, případové studie, letáky, apod.
- grafickým zpracováním textů v případě přípravy materiálů určených k prezentaci projektu, zajištění nákupu relevantních fotografií z fotobanky či jiných zdrojů, a to včetně příslušné licence (v nezbytném rozsahu) na jejich používání v souladu s platnou legislativou.
- zajištění školení v oblasti PR a krizové komunikace,
- analýzou klíčových témat a mediálních výstupů v médiích (tato souhrnná analýza má periodicitu dodání 1 x měsíčně, vždy ke konci kalendářního měsíce).

Podrobnější vymezení předmětu plnění je uvedeno v příloze Specifikace předmětu smlouvy, která tvoří nedílnou součást této smlouvy (dále souhrnně také jen „služby“).

- Poskytovatel se zavazuje služby poskytovat v souladu s návrhem PR Strategie a komunikačního plánu předloženého v nabídce poskytovatele k veřejné zakázce, a který tvoří přílohu č. 3 smlouvy.
- Objednatel se zavazuje za řádně poskytnuté služby poskytovateli uhradit odměnu dle této smlouvy.

### III.

#### Realizace objednávek

- Plnění smlouvy bude realizováno na základě dílčích objednávek dle aktuálních potřeb FDV.
- Minimální finanční objem jednotlivé objednávky není stanoven. Osoba oprávněná k podání objednávky je Martina Arnoldová, tel. 601 384 829, mail: [martina.arnoldova@fdv.mpsv.cz](mailto:martina.arnoldova@fdv.mpsv.cz).
- Poskytovatel se zavazuje, že objednané služby dodá objednateli v termínech stanovených v jednotlivých objednávkách.
- Detailnější specifikace obchodních podmínek bude uvedena vždy u konkrétní dílčí objednávky.

### IV.

#### Místo plnění a dodací podmínky

- Místem plnění (poskytování služeb) je sídlo objednatele, případně jiné v objednávce objednatelům určené místo na území České republiky.
- Plnění dle článku II. odst. 2.1. této smlouvy je poskytovatel povinen řádně poskytnout nejpozději do 10 pracovních dnů ode dne následujícího po dni uzavření této rámcové smlouvy, a to 3 x v tištěné verzi ve složce s pevnou vazbou, formát A4, a 2 x tento dokument na CD nosiči.
- Plnění dle článku II. odst. 2.2 této smlouvy je poskytovatel povinen řádně poskytnout ve lhůtě do 3 pracovních dnů od vyslání požadavku s výjimkou aktivní správy profilu na relevantních sociálních sítích (viz. specifikace v Příloze č. 2).
- Plnění dle článku II. odst. 2.3 této smlouvy je poskytovatel povinen poskytovat ve lhůtách stanovených v příloze č. 1 této smlouvy, či ve lhůtách uvedených v dílčích objednávkách. Bude-li se termín dílčího plnění uvedený v příloze č. 1 této smlouvy lišit od termínu uvedeného pro dané dílčí plnění v dílčí objednávce, je závazný termín stanovený dílčí objednávkou.
- Poskytovatel je povinen každý kalendářní měsíc vyhotovit soupis služeb poskytovaných objednateli dle této smlouvy (dále jen „soupis služeb“) v předcházejícím kalendářním měsíci. Soupis služeb je



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

poskytovatel povinen předat/doručit objednateli nejpozději do 10. dne v měsíci následujícího po měsíci, za nějž je soupis služeb vyhotoven.

- Objednatel se zavazuje vyjádřit se k obdrženému soupisu služeb nejpozději do pěti (5) pracovních dnů ode dne jeho doručení. Objednatel soupis služeb buď odsouhlasí, a to jeho podpisem k tomu oprávněnou osobou a zajistí jeho doručení poskytovateli (postačí e-mailem); nebo poskytovateli soupisu služeb vrátí s uvedením písemných výhrad, v takovém případě je objednatel výhrady povinen vypořádat a zaslat objednateli nový soupis služeb.
- V případě prodloužení poskytovatele s dodáním plnění (realizací služby) se poskytovatel zavazuje uhradit objednateli smluvní pokuty ve výši 0,1 % z hodnoty dílčího plnění (dle dílčí objednávky) za každý i započatý den prodloužení.

### V.

#### Cena plnění

- Cena plnění (výše měsíčního paušálu) nesmí přesáhnout částku uvedenou v nabídce poskytovatele podané v rámci zadávacího řízení (soubor „Cenová nabídka a její specifikace“) v příloze č. 6, která tvoří nedílnou součást této smlouvy. Cena plnění zahrnuje veškeré náklady poskytovatele nutné pro řádné plnění smlouvy.
- Cenu za poskytnuté plnění je možno překročit pouze v případě, že dojde ke změně příslušné sazby DPH (zvýšení) vztahující se na předmět plnění. Změna ceny je možná pouze o částku odpovídající zvýšení sazby DPH.

### VI.

#### Platební podmínky

- Odměna za řádné poskytování plnění v souladu s článkem IV. této smlouvy bude poskytovateli hrazena měsíčně na základě daňových dokladů/faktur. Přílohou faktury musí být objednatel odsouhlasený (podepsaný) soupis služeb za příslušný kalendářní měsíc (viz odst. 5 a 6 článku IV. této smlouvy).
- Faktura/daňový doklad musí obsahovat veškeré náležitosti daňového dokladu podle obecně závazných předpisů a dále musí obsahovat název veřejné zakázky „Koordinační služby informačních a PR aktivit“, název projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí (výzva č. 41 OPVK)“ a registrační číslo projektu: CZ.1.07/3.1.00/41.0001.
- Splatnost daňového dokladu/faktury je dohodnuta na 30 kalendářních dnů ode dne jejího doručení na adresu sídla objednatele uvedenou v záhlaví této smlouvy (viz článek I).
- Platby budou probíhat výhradně v korunách českých (CZK) a rovněž veškeré uvedené cenové údaje budou v této měně.
- Faktura se považuje za uhrazenou okamžikem odepsání fakturované částky z účtu objednatele. Námitky proti údajům uvedeným na faktuře může objednatel uplatnit do konce lhůty splatnosti dané faktury s tím, že ji odešle zpět poskytovateli s uvedením výhrad. Lhůta splatnosti následně nově běží od okamžiku doručení opravené faktury.
- V případě prodloužení s platbou za dílčí plnění dle dílčí objednávky je poskytovatel oprávněn po objednateli žádat uhrazení úroku z prodloužení v zákonem stanovené výši.
- Veškeré platby mezi smluvními stranami se uskutečňují prostřednictvím bankovního spojení prostřednictvím účtů uvedených v záhlaví této smlouvy (viz článek I).



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

právní organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

Právní organizace MPSV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### VII.

#### Kontaktní osoby smluvních stran, realizační tým

1. Smluvní strany budou pro účely plnění této smlouvy komunikovat prostřednictvím těchto osob:

a) za *objednatele*:

jméno a příjmení: Martina Arnoldová  
e-mail: [martina.arnoldova@fdv.mpsv.cz](mailto:martina.arnoldova@fdv.mpsv.cz)  
tel./GSM: 601 384 829

b) za *poskytovatele*:

jméno a příjmení: Jan Pavlů (vedoucí realizačního týmu)  
e-mail: [jan.pavlu@mccann.cz](mailto:jan.pavlu@mccann.cz)  
tel./GSM: 724 724 216

jméno a příjmení: Karel Hanzelka (člen realizačního týmu)

2. Poskytovatel je v průběhu plnění smlouvy oprávněn činit změny ve složení realizačního týmu pouze po předchozím písemném souhlasu objednatele. Nový člen (osoba) realizačního týmu musí disponovat alespoň takovou kvalifikací, jako disponoval původní člen. Objednatel se v případě splnění podmínky podle předchozí věty zavazuje neodepřít souhlas se změnou osoby realizačního týmu.

### VIII.

#### Další ujednání

1. Objednatel nabývá vlastnické právo k plnění dnem jeho převzetí od poskytovatele.
2. Poskytovatel souhlasí se zveřejněním této smlouvy po nabytí její účinnosti na internetových stránkách objednatele, případně na jiném místě, bude-li k tomu objednatel povinován.
3. Poskytovatel je povinen dodržovat pravidla pro publicitu OPVK (více na [www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz); [www.msmt.cz](http://www.msmt.cz)), na dodané plnění však nebude umísťovat žádná vlastní loga.
4. Poskytovatel je povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu (*zejména MPSV, MŠMT, MF, NKÚ, EK, Evropský soudní dvůr*), v rámci něhož je veřejná zakázka hrazena, kontrolu dokladů souvisejících s plněním smlouvy, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty). Poskytovatel je povinen řádně uchovávat veškerou dokumentaci související s realizací projektu (veřejné zakázky), včetně účetních dokladů v souladu s článkem 90 Nařízení Rady (ES) č. 1083/2006 minimálně do konce roku 2021, a pokud je v českých právních předpisech stanovena lhůta delší než v evropských předpisech, musí být pro úschovu použita delší lhůta. Každý originální účetní doklad musí obsahovat informaci, že se jedná o projekt Integrovaného operačního programu a musí být označen číslem projektu.

### IX.

#### Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami.
2. Smlouva je uzavřena na dobu určitou, a to do 31. 10. 2014 či do okamžiku, kdy cena plnění podle této smlouvy dosáhne částky odpovídající předpokládané hodnotě veřejné zakázky (3.120.000,- Kč bez DPH). Platí termín, který nastane dříve.
3. Smluvní strany jsou oprávněny smlouvu vypovědět bez udání důvodu. Výpovědní lhůta činí jeden měsíc a začíná běžet prvním dnem v měsíci následujícím po měsíci, ve kterém bylo písemné

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

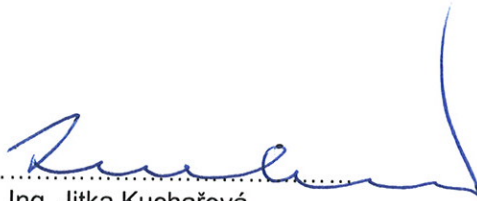
vyhotovení výpovědi prokazatelně doručeno druhé smluvní straně.

4. Není-li v této smlouvě uvedeno jinak, řídí se práva a povinnosti smluvních stran ustanoveními § 536 a násl. zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „obchodní zákoník“).
5. Odstoupení od smlouvy se řídí příslušnými ustanoveními obchodního zákoníku.
6. V ostatních se smluvní vztah řídí obecně platnými právními předpisy.

V Praze dne <sup>9/20</sup>..... 2012

  
.....  
Ing. Pavel Kryštof  
ředitel FDV

V Praze dne <sup>12/10</sup>..... 2012

  
.....  
Ing. Jitka Kuchařová  
jednatelka společnosti

Přílohy:

- Příloha č. 1 – Specifikace předmětu smlouvy
- Příloha č. 2 – Tabulka cenové nabídky a její specifikace
- Příloha č. 3 – Návrh PR Strategie a komunikačního plánu

**McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o.,  
INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY**  
Riegrovy sady 28, 120 00 Praha 2  
IČO 17046041 DIČ CZ17046041  
Tel. 222 009 111, Fax 222 723 996



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### **PŘÍLOHA č. 1:** **SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ**

#### **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.

#### **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.

#### **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,



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

příspěvková organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání,

Na Maninách 20, 170 00 Praha 7,

Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>

IČO: 00405698, DIČ: CZ00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

Národní katalog stáží



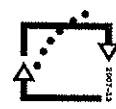
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- 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.



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

příspěvková organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání,  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7,  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, DIČ: CZ00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

NEKONKURUJÍCÍ KANCELARSKÉ SLUŽBY

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### 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).



## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- 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	Mín. 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.



## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

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.



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

příspěvková organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání,  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7,  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>

IČO: 00405698, DIČ: CZ00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

Národní kompetenční středisko



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**PŘÍLOHA č. 2:**

**Tabulka cenové nabídky a její specifikace**

Nabídková cena bude stanovena jako cena „nejvýše přípustná“ a musí v ní být zahrnuty veškeré náklady dodavatele, spojené s realizací předmětu veřejné zakázky. Při kalkulaci ceny Uchazeč zohlední veškeré požadavky specifikované v Příloze č. 2 Zadávací dokumentace této veřejné zakázky.

Výše **měsíčního paušálu** za KOORDINAČNÍ SLUŽBY INFORMAČNÍCH A PR AKTIVIT činí:

Kč bez DPH: 73 370 Kč

Kč včetně DPH: 88 044 Kč

V Praze dne: ..... 21/10/12 .....

Podpis: .....  .....

**McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o.,  
INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY**

Riegrovy sady 28, 120 00 Praha 2

IČO 17046041 DIČ CZ17046041

Tel. 222 009 111, Fax 222 723 996 ③



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

příspěvková organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání,  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7,  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>

IČO: 00405698, DIČ: CZ00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

Národní koordinace stáží

## **Návrh PR strategie a komunikačního plánu**

V následujícím textu přinášíme návrh postupu v oblasti PR pro projekt Stáže ve firmách. Projekt je na začátku svojí realizace, a tak je možné, že v průběhu času dojde k revizi či drobným úpravám navržených aktivit. Základní linie PR služeb však zůstane zachována.

Cílem public relations služeb pro projekt Stáže ve firmách je rozšíření povědomí o projektu mezi co nejpočetnější skupinu zástupců cílové skupiny. Komunikace a aktivity v rámci PR se tedy zaměří na osoby na trhu práce (absolventi škol, nezaměstnaní, zaměstnanci s chutí změnit kariérní zaměření) a na firmy. Komunikace bude probíhat několika kanály – zprostředkovaně pomocí médií, dále online díky webovým stránkám projektu a profilu na sociální síti facebook. Public relations služby zasáhnou cílovou skupinu také přímo, a to díky kontaktním seminářům (road show) a formou tištěných materiálů (letáky, brožury) s atraktivním designem.

### **Realizační tým**

Veškeré PR služby budou řízeny a zajišťovány týmem pracovníků z oblasti public relations. Tým bude složen z profesionálů, jejichž profil odpovídá podmínkám zadavatele veřejné zakázky. Tým bude složen ze tří osob, jednoho vedoucího a dvou dalších členů. Tak bude zajištěno bezproblémové poskytování PR služeb a zastupitelnost jednotlivých členů například v případě nemoci. V následujícím textu uvádíme jednotlivé činnosti a odpovědnosti členů týmu.

**Vedoucí realizačního týmu:** jedná se o hlavní kontaktní osobu pro komunikaci se zadavatelem a médii. Je přímo odpovědný zadavateli za kvalitu provedení PR služeb. Vedoucí realizačního týmu nastavuje ve spolupráci se zadavatelem jednotlivé PR aktivity, navrhuje vhodná řešení a zbylé dva členy týmu PR. Vedoucí realizačního týmu bude supervizorem PR projektu *Stáže ve firmách – vzdělávání praxí*. Tato osoba bude v pravidelném kontaktu se zadavatelem, kterému bude na týdenní bázi zasílat report o vykonaných PR aktivitách pro projekt. Bude řešit ad hoc požadavky na PR aktivity v rámci projektu, které zadavatel bude pro efektivní řízení projektu potřebovat. Vedoucí realizačního týmu bude koordinovat komunikaci mezi všemi stakeholdery projektu – tj. mezi zadavatelem, cílovými skupinami projektu, sociálními partnery, médii a subdodavatelem. Vedoucí realizačního týmu bude také styčnou kontaktní osobou pro zástupce firem, které budou do projektu zapojeny. Na jednotlivé úkoly v rámci realizace PR služeb potom může delegovat jednotlivé členy týmu. O této skutečnosti bude vždy s předstihem informovat zadavatele. Vedoucí realizačního týmu odpovídá také za komunikaci subdodavatele s cílovou skupinou. Subdodavatele řídí, schvaluje poskytování informací cílové skupině i jednotlivé aktualizace profilu na sociálních sítích. Subdodavatelem navržená řešení správy webové prezentace projektu předá vedoucí realizačního týmu osobě pověřené zadavatelem.

**Členové realizačního týmu:** tito dva pracovníci budou mít na starosti denní exekutivu public relations služeb pro zadavatele. Budou přímo podřízeni vedoucímu realizačního týmu, který na ně může na základě souhlasu zadavatele delegovat jednotlivá zadání z oblasti PR. Členové realizačního týmu budou v kontaktu se zástupci médií, budou připravovat PR texty a spolupracovat s grafikem na

jednotlivých projektových zadáních. Pokud budou delegováni, budou se členové týmu účastnit road show a setkání s novináři/tiskových konferencí. Členové realizačního týmu proto budou v kontaktu jak se zástupci cílové skupiny osob na trhu práce, tak i se zástupci sociálních partnerů, firem a v neposlední řadě také médií a zadavatele.

**Subdodavatel:** role subdodavatele ve veřejné zakázce *Koordinační služby informačních a PR aktivit* je zajištění návrhu a správy internetových stránek projektu, společně se zajištěním realizace profilu na sociální síti facebook (tj. aktivita specifikovaná ve Výzvě k podání nabídek veřejné zakázky *Koordinační služby informačních a PR aktivit*, bod *Popis předmětu zakázky*, odstavec b) *návrh a správa aktivit na internetu*. Konkrétní úkoly subdodavatele jsou specifikovány jako:

- a) návrhy na zlepšení internetových stránek projektu *Stáže ve firmách*,
- b) aktivní spolupráce na správě internetových stránek *Stáže ve firmách*,
- c) správa profilu projektu *Stáže ve firmách* na sociální síti facebook, denní aktualizace statusů na profilu a monitoring/reakce na dotazy a podněty uživatelů,
- d) aktivní propagace profilu na sociálních sítích (např. prostřednictvím dalších webových stránek).

Tyto služby bude subdodavatel poskytovat v plné kooperaci s vedoucím realizačního týmu a se členy realizačního týmu. O vykonané práci bude reportovat vedoucímu realizačního týmu, který bude práci subdodavatele korigovat a řídit.

### Řízení komunikace

Hlavním komunikačním kanálem mezi PR agenturou a zadavatelem bude osobní, telefonický a e-mailový kontakt mezi vedoucím realizačního týmu a osobou zadavatele. Pokud budou se zadavatelem komunikovat členové týmu, tak budou o této komunikaci referovat vedoucímu realizačního týmu (v případě telefonátů), případně bude vedoucí realizačního týmu v kopii uvedené komunikace (e-mail). Komunikace s externími subjekty bude probíhat na základě předem schválené strategie a komunikačního plánu, který bude detailně projednán se zadavatelem po podepsání smlouvy o spolupráci a během projektu bude pravidelně revidován (cyklus 6 měsíců), popř. dle potřeby ad hoc. Na základě této strategie a plánu budou členové týmu poskytovat informace o projektu externím subjektům a cílovým skupinám, budou se podílet na vytváření pozitivního image projektu a na jeho medializaci. O svých aktivitách budou pravidelně reportovat vedoucímu realizačního týmu a zadavatele.

S cílovými skupinami bude PR koordinátor (tj. vedoucí realizačního týmu či delegovaný člen realizačního týmu) komunikovat jak zprostředkovaně pomocí médií, tak přímo na základě online sociální sítě. V případě online komunikace přes sociální sítě bude PR koordinátor zastoupen subdodavatelem. Ten projde na začátku spolupráce školením v oblasti komunikace s cílovou skupinou – tedy jaká témata v projektu komunikovat, nač se zaměřit a kam směřovat případné dotazy. V případě běžných dotazů bude subdodavatel odpovědi konzultovat s PR koordinátorem (a

ten dále se zadavatelem). Na běžné statusy (komentáře) bude subdodavatel reagovat sám. Celou online komunikaci s cílovými skupinami bude PR koordinátor monitorovat a v případě potřeby bude konání subdodavatele koordinovat. S cílovou skupinou firem bude PR koordinátor komunikovat jak prostředkovně, tak přímo pomocí osobního kontaktu.

S médii bude celý realizační tým PR služeb projektu udržovat styky v rámci telefonického, emailového i osobního kontaktu. Realizace PR aktivit v sobě zahrnuje i neformální setkávání s novináři. Chceme tím docílit toho, aby se novináři sami o projekt zajímali, měli ho v povědomí a abychom díky tomu vytvářeli dobrý základ efektivní komunikaci celého projektu. Intenzivní komunikaci se zástupci médií očekáváme zejména na začátku projektu, během připomínacích kampaní i během validace jednotlivých kol. Komunikace nebude nárazová - PR aktivity zahrnují také službu *press office*, kdy budou médiím poskytovány informace o projektu na základě jejich vyžádání. Směrem k médiím bude tým PR koordinátora distribuovat tiskové zprávy, realizovat tiskové konference a komunikovat e-mailem a pomocí telefonu.

PR koordinátor bude udržovat pravidelný kontakt s odbornou veřejností a sociálními partnery (zástupci Úřadu práce ČR a neziskovými organizacemi). Tuto komunikaci bude zajišťovat jak pomocí mailingu a distribuce tiskových zpráv, propagačních materiálů a brožur, tak osobně telefonicky. Komunikace bude udržována průběžně po dobu trvání projektu (pravidelný mailing). Lokálně bude intenzivnější v době, kdy se v dané lokalitě bude konat road show (jak směrem k osobám na trhu práce, tak pro firmy).

Efektivní realizace PR služeb v projektu je možná tehdy, pokud bude mít sdělování informací ucelenou formu. Nemělo by tedy docházet k všesměrnému, neuspořádanému toku informací. Proto bude PR koordinátor v kontinuálním kontaktu se zadavatelem. Společně budou řešit jednotlivá témata. V této oblasti má PR koordinátor roli poradce, který hledá optimální řešení pro požadavky ze strany zadavatele. Doporučuje vhodné postupy tak, aby cíle, kterých chce zadavatel dosáhnout, bylo možné díky spolupráci dosáhnout. Proto dotazy cílových skupin, veřejnosti, médií a sociálních partnerů PR koordinátor zodpovídá buď na základě strategie (kterou schválí zadavatel a bude pravidelně revidována), nebo na základě ad hoc komunikace se zadavatelem. Stejným postupem se bude řídit i subdodavatel. Ten veškerou komunikaci projedná s PR koordinátorem. Pokud se bude jednat o rutinní komunikaci, tak bude zadavateli podána zpráva ex post v reportu. Pokud půjde o dotazy/připomínky zásadního významu, tak PR koordinátor další postup projedná společně se zadavatelem.

### **Navržení nejvhodnějšího postupu poskytování PR služeb Fondem dalšího vzdělávání**

Komunikační plán bude v souladu s mediální plánem, který navrhnul zadavatel a který byl součástí zadávací dokumentace výběrového řízení „Koordinační služby informačních a PR aktivit“.





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha č. 3

Strategické cíle public relations služeb pro zakázku „Koordinační služby informačních a PR aktivit“ lze shrnout takto:

1. vzbudit zájem cílové skupiny (účastníků stáží, firem) o projekt, posilovat tento zájem a docílit šíření informací o projektu nejen oficiální cestou, ale též kladným *word-of-mouth*;
2. přinášet relevantní informace o projektu v pravý čas;
3. dosáhnout kladného přijetí projektu u firem;
4. vnímání projektu u cílové skupiny jako nástroje pomoci v reálném životě lidí;
5. široké povědomí médií o projektu, jeho pozitivní přijetí médií.

Proto musíme pro potřeby efektivní strategie oslovení cílových skupin rozdělit PR služby do dvou celků: PR v průběhu *iniciační fáze* a PR po dobu tzv. *udržovací fáze*.

*Iniciační fáze* pro PR agenturu znamená zaměření všech sil na co nejširší zásah vykonaných PR aktivit u cílové skupiny a všech stakeholderů.

Pro splnění tohoto požadavku budou zvoleny klasické PR nástroje, které specifikoval již zadavatel v zadávací dokumentaci veřejné zakázky:

- tiskové zprávy, redakční články, rozhovory,
- tiskové konference,
- informační letáky a brožury,
- media relations,
- TV a rozhlasové reportáže,
- internetové stránky projektu a sociální média,
- online mediální komunikace.

Využití výše uvedených nástrojů bude komplexní. V *iniciační* fázi půjde o to dostat projekt do povědomí cílových skupin, odstranit případné obavy z účasti na projektu (jak u jednotlivců, tak u firem), upozornit zúčastněné subjekty na existenci projektu a podporovat vzájemnou komunikaci. Středobodem iniciační fáze v oblasti PR je zajištění dostatku informací. Proto budou všechny výše uvedené klasické PR nástroje obsahovat následující sdělení:

- o jaký projekt se jedná,
- co je hlavním cílem projektu,
- pro koho je určen,
- čemu má pomoci,
- proč je dobré zapojit se do projektu,
- kde lze získat více informací o projektu,
- modelový příklad úspěšné účasti v projektu (např. na základě pohledu do zahraničí).



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

stáževýzvalová organizace MŠMT

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

koordinátor stáží

*Udržovací fáze* bude pro oblast PR znamenat zaměření se na udržení pozornosti cílové skupiny k aktivitám projektu, dále podpora motivace cílové skupiny k účasti na projektu pomocí příkladů z praxe („kde projekt pomohl“) a současně se PR služby budou orientovat na udržení pozitivního image projektu. Je možné, že udržovací fáze bude obsahovat i krizovou komunikaci. Vznik krizí budeme eliminovat intenzivní komunikací se všemi zúčastněnými stranami, transparentním přístupem k problematice zaměření projektu a vyzdvihováním přínosů projektu.

Pro zajištění distribuce relevantních informací pomocí médií směrem k cílové skupině budeme kromě pressoffice realizovat také *neformální setkávání s novináři*, a to s pravidelnou, dvouměsíční periodicitou.

Pomocí sdělování informací prostřednictvím médií a osobních setkání s cílovou skupinou (road show) dosáhneme široké informovanosti o projektu u cílové skupiny. Komunikaci směrem ke stakeholderům (kontaktní pracoviště Úřadu práce ČR, místní samospráva, neziskové organizace) jsou věnovány samostatné PR aktivity formou mailingu a aktivní spolupráci v rámci komunikace mezi zadavatelem a stakeholdery.

### **Přehled použitých PR nástrojů**

Pro realizaci public relations služeb a tím i dosažení stanovených cílů využijeme následující PR nástroje:

**Tiskové zprávy:** tento nástroj je základním kamenem pro masovou komunikaci. Pomocí tiskových zpráv budeme médiím distribuovat informace o projektu, jeho realizaci a úspěších. Příprava, a rozesílání tiskových zpráv bude doprovázet každou podstatnou etapu života projektu. Tyto tiskové zprávy budeme zasílat relevantním médiím.

**Redakční články:** slouží k uveřejňování v médiích či na pracovních portálech. Čtenáři v nich naleznou informace o projektu, k čemu slouží, komu pomáhá a kam se obrátit s dotazy, případně jak se zapojit do projektu.

**Informační letáky a brožury:** tento nástroj bude využit ke komunikaci s cílovou skupinou. Texty budou připraveny tak, aby čtenářům poskytnuly relevantní informace o projektu. V letácích a brožurách se čtenáři dozví, pro koho je projekt určen, jak probíhá, kde získají podrobné informace a které firmy na projektu spolupracují. Celý text určený osobám na trhu práce bude sepsán formou vyprávění úspěšného účastníka projektu, což má za cíl přiblížit se cílové skupině. Texty určené pro firmy budou více zaměřeny na věcnou stránku projektu, na přínosy pro firmu a na příklady úspěšné spolupráce.

**Media relations:** jedná se o nástroj, který poskytované PR služby nezbytně doprovází. Pro posílení dobré image projektu je potřeba neustále udržovat dobré vztahy s médii. S médii budeme komunikovat po celou dobu projektu jak na základě osobních vztahů s novináři, tak v souvislosti s road show a akcemi pro novináře (tiskové konference, setkání). Mimo tato oficiální setkání





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha č. 3

plánujeme také neoficiální setkávání s novináři během realizace projektu, abychom posilovali postavení projektu v jejich očích, zlepšovali jeho image a rozšiřovali možnosti diseminace projektových výsledků. Neformální setkání budou mít pravidelnou periodicitu.

**TV a rozhlasové reportáže, rozhovory:** tuto aktivitu připravíme pro zástupce zadavatele. Dojednáme prostor v TV či rozhlasu. Zástupce zadavatele na vystoupení připravíme. Rozhovory jsou nástrojem, který bude využit pro podporu projektu v médiích. Jedná se např. o rozhovory se zástupci firem účastnících se projektu, dále jde o rozhovory s úspěšnými absolventy stáží. Tyto pozitivní příklady mají motivovat cílové skupiny k účasti na projektu.

**Internetové stránky projektu a sociální média:** webová prezentace má sloužit jako komplexní zdroj informací o projektu. Budou zde zveřejňovány veškeré tiskové zprávy, reportáže a mediální výstupy související s projektem, dále také seznam FAQ, které navedou uživatele ke správné odpovědi. Celou online komunikaci bude zajišťovat subdodavatel na základě požadavků zadavatele. Práci subdodavatele bude řídit PR koordinátor. Sociální sítě (facebook) budou sloužit k prezentaci projektu zejména u mladší cílové skupiny osob na trhu práce – absolventů. Tato skupina osob sociálními sítěmi doslova žije, a tak s nimi chceme komunikovat v pro ně přirozeném prostředí. Pravidelná aktualizace

statusů je má „vtáhnout do děje“. Budou zde moci pokládat otázky k projektu, komentovat projekt a přímo komunikovat s administrátorem.

**Online mediální komunikace:** tento nástroj PR má formu článků, textů či rozhovorů a blogů určených pro pracovní portály, odborné weby či internetové stránky škol a samosprávy. Nástroj slouží k tomu, aby se informace o projektu šířily v přirozeném místě, kde uchazeči o práci hledají informace, resp. možnosti pracovního uplatnění.

**Press office:** tento PR nástroj slouží k poskytování informací médiím a dalším třetím stranám, které by se o projektu rády více dozvěděly. Pomocí press office budeme informace šířit mezi členy cílové skupiny. Informace se budou šířit zprostředkovaně přes média či jiné subjekty, a proto budou vhodně upraveny.

**Mediální školení:** tím chceme dosáhnout proškolení osob zadavatele pro styk s médii. Školení povede zkušený tiskový mluvčí.

**Mediální audit:** součástí poskytovaných služeb bude také *mediální audit*, tedy analýza výstupů v médiích. Tato analýza bude součástí každoměsíčního reportu o mediálním obrazu projektu. Na jejím základě bude docházet k případné revizi komunikovaných témat, resp. k revizi PR strategie a komunikačního plánu.

**Odborné poradenství a krizová komunikace:** PR koordinátor v rámci služeb pro zadavatele garantuje 100 hodin krizové komunikace po dobu trvání projektu. Tato komunikace poslouží k odvrácení krizí, ke zmírnění případného negativního image projektu a ke stabilizaci problémových situací či vztahů s médii a cílovou skupinou. Krizovou komunikaci v případě potřeby poskytne dle požadavku



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

příspěvková organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

ROZVOJ KARIÉRY



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha č. 3

zadavatele ad hoc PR koordinátor, tj. vedoucí realizačního týmu, případně delegovaný člen realizačního týmu.

**Mezinárodní spolupráce:** projekt z hlediska public relations podpoříme i plánovanou mezinárodní spoluprací. Pro setkání s novináři/tiskové konference zajistíme vystoupení zahraničního odborníka na vzdělávání pomocí stáží a vzdělávání dospělých. Bude se jednat o zástupce finského vzdělávacího konsorcia Jyväskylän Educational Consortium. Toto vzdělávací centrum má bohaté zkušenosti se vzděláváním dospělých. Navíc finský vzdělávací systém patří k těm nejlepším a nejefektivnějším na světě. Proto účast Finů na projektu dokáže kromě praktických přínosů také přitáhnout žádoucí mediální zájem a zlepšit image projektu.

### **PR a komunikační plán**

Přípravu a samotnou realizaci public relations aktivit nastavíme v souladu s harmonogramem, který byl součástí zadávací dokumentace *Průběh a popis klíčové aktivity „PR a publicita projektu“*. Velmi intenzivní komunikaci a přípravu PR aktivit očekáváme v období září – listopad 2012, kdy bude laická i odborná veřejnost intenzivně seznamována s projektem, jeho zaměřením, aktivitami a cíli projektu. V dalším období bude práce v oblasti PR směřována k udržení pozornosti cílové skupiny a stakeholderů k aktivitám projektu, jeho významu a přínosů pro zúčastněné subjekty. Konkrétní časový harmonogram příprav a realizace odpovídá následujícímu přehledu.

**Září - listopad 2012:** v rámci PR aktivit připravíme návrh řešení internetových stránek projektu. Na základě konzultací se zadavatelem budou sestaveny relevantní texty. Současně s tím bude spuštěn profil projektu na sociální síti facebook. Ten bude pravidelně aktualizován statusy se vztahem k projektu. Aktivně budeme síťovat spřátelené stránky a skupiny. V tomto období plánujeme vytvoření profilu také na sociální síti LinkedIn. To bude prioritně sloužit pro komunikaci s vedoucími pracovníky firem, které oslovíme pro spolupráci na realizaci projektu. Facebookový profil projektu bude aktualizován na denní bázi zejména z počátku medializace projektu. Později bude aktualizován dle potřeby a v návaznosti na reakce fanoušků. Smyslem aktualizací je uživatele sociálních sítí na tento profil přilákat – velmi časté aktualizace mohou být uživateli vnímány jako obtěžující.

V rámci internetové prezentace a sociálních sítí bude v tomto období jedním z komunikovaných témat vznik a provoz speciální telefonické linky projektu.

Vytvoříme tiskovou zprávu, která cílovým skupinám představí mobilní aplikaci pro smartphony a tablety. Tato tisková zpráva bude distribuována především médii, která jsou pro cílovou skupinu absolventů škol relevantní. A to včetně online médií. Mezi tato média lze zařadit např. iList, t-uni, Studenta, či GTMagazin.

Z hlediska PR je toto období zcela klíčové, a to zejména proto, že harmonogram aktivit projektu počítá se zahájením intenzivní informační kampaně. Poskytneme proto zadavateli PR podporu při realizaci této kampaně – media relations, neformální kontakt s médii, tvorbu tiskových zpráv, osobní účast na roadshow, mediální školení a back-up celé kampaně pomocí online médií. Dle zadání vytvoříme texty a grafický návrh informačních letáků a brožur. Současně s tím uspořádáme



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

úřadnická organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

www.stazevefirmach.cz



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha č. 3

prezentační akce pro novináře. Pro konání těchto akcí byl vybrán prostor v Hotelu Paříž v centru Prahy.

Zadavateli pomůžeme připravit a úspěšně realizovat roadshow určenou nejen pro (ne)zaměstnané, ale také pro firmy. Díky osobním kontaktům v krajích České republiky umožníme přímou komunikaci projektových manažerů zadavatele s cílovou skupinou zástupců firem. Roadshow celkově budou probíhat průběžně po celou dobu realizace projektu.

**Prosinec 2012 – únor 2013:** v tomto období podpoříme pomocí PR aktivit informačně-rekapitulační kampaň zadavatele. Společně s grafikem sestavíme informační materiály. Tato kampaň bude podpořena pomocí klasických media relations, tiskových zpráv a během setkání s novináři. Kampaň podpoříme dojednáním účasti zadavatele v rozhlasovém pořadu Čaj pro dva, který svými posluchači odpovídá složení cílové skupiny projektu. Poskytneme také mediální trénink pro vystoupení osob zadavatele v médiích. Samozřejmostí je online podpora této části kampaně, která se promítne do webových stránek projektu i sociálních médií.

**Duben 2013:** při příležitosti ukončení první kompletní vlny vzdělávání formou stáží budeme medializovat dosažené výsledky. Pomocí tiskové zprávy docílíme zveřejnění výsledků v médiích. Ve spolupráci se zadavatelem zpracujeme kompletní návrh krátkého vystoupení zástupce zadavatele v rozhlasovém pořadu ČRo 2 – Praha *Dopolední poradna*. Pro tento moment doporučujeme vystoupení zadavatele v diskuzním televizním pořadu formátu Hyde Park. Pro toto vystoupení připravíme mediální trénink.

**Červen 2013 – září 2013:** toto období pro PR znamená kooperaci aktivit se zadavatelem při realizaci další vlny informační kampaně projektu. Aktivity PR se budou opět soustředit na media relations, tiskové zprávy, road show, tiskové konference pro novináře, reportáže pro celostátní i lokální rozhlas a televizi. Toto období spadá do období ukončení studia VŠ/VOŠ, proto bude komunikace probíhat ve větší intenzitě i ke skupině absolventů škol. Náležitě využijeme i dostupné online komunikační kanály (spřátelené weby, projektová internetová stránka, pracovní portály, blog, sociální sítě). Pro distribuci letáků a informačních brožur budeme revidovat texty užití na tyto brožury/letáky, graficky je upravíme a obsahově přizpůsobíme požadavkům zadavatele. Intenzivně budeme komunikovat také se zástupci Úřadu práce ČR, zástupci zúčastněných firem a dalších sociálních partnerů (NPO, školy). Pro zástupce zadavatele dojednáme vystoupení v televizním pořadu formátu *Dobry večer, Česko*.

**Říjen 2013:** pro zadavatele v tomto měsíci zajistíme přípravu a realizaci tiskové konference u příležitosti prvního výročí zahájení vzdělávání formou stáží. Společně s tím zveřejníme tiskovou zprávu, která popíše průběh projektu a míru naplnění očekávaných výsledků.

**Listopad 2013:** v tomto měsíci se zaměříme na posilování pozitivní image projektu. Docílíme toho mimo jiné díky realizaci interview pro média s klienty Úřadu práce, kteří úspěšně prošli vzděláváním



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

příspěvková organizace MŠMT

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

\* \* \* \* \*

pomocí stáží ve firmách v rámci projektu, a dále interview se zástupci firem/organizací, které se programu účastní. Do PR podpory projektu bude zapojena také místní samospráva, kterou pro účely medializace projektu zapojíme pomocí oficiálního stanoviska projektu. Jako podporu pozitivní image projektu chceme získat záštitu ministra práce a sociálních věcí nad celým projektem.

**Prosinec 2013 – únor 2014:** v tomto období podpoříme pomocí PR aktivit již druhou informačně-rekapitulační kampaň projektu. Ve spolupráci s grafikem budeme revidovat informační materiály určené pro distribuci veřejnosti. Kampaň bude opět podpořena pomocí klasických media relations, tiskových zpráv a setkáními s novináři (též v rámci neformálních setkání). Kampaň podpoříme pomocí rozhlasového pořadu Ježkovy voči (ČRo 2 – Praha) a pro prezentaci projektu dojednáme účast zadavatele v televizním pořadu formátu Snídaně s Novou či Sama doma. Tyto pořady svým publikem odpovídají složení cílové skupiny projektu. Pro tato vystoupení v médiích poskytneme zadavateli náležitý mediální trénink. Samozřejmostí je online podpora této části kampaně, která se promítne do webových stránek projektu i sociálních médií.

**Březen 2014:** jako podpůrný prostředek realizace projektu pro zadavatele připravíme tiskovou konferenci mapující průběh projektu. Na ni budou pozváni i zástupci rozhlasu a televize. Po tiskové konferenci bude do médií distribuována tisková zpráva.

**Květen 2014 – červenec 2014:** v tomto období se při realizaci PR aktivit opět zaměříme na posilování pozitivní image projektu. Naší snahou bude motivace cílových skupin k udržitelnosti projektu i po skončení financování z prostředků EU – tj. aby zejména firmy měly i nadále zájem o vzdělávání pomocí stáží a aby tento model byl doporučován ze strany Úřadu práce ČR. Pozitivní image budeme budovat rozhovory pro média s klienty Úřadu práce, kteří úspěšně prošli vzděláváním pomocí stáží ve firmách v rámci projektu, a dále rozhovory se zástupci firem/organizací, které se programu účastní. Do PR podpory projektu bude zapojena také místní samospráva, kterou pro účely medializace projektu zapojíme pomocí oficiálního stanoviska projektu.

**Červen 2014 – srpen 2014:** tyto měsíce znamenají již třetí kolo PR podpory informačně-rekapitulační kampaně projektu. V případě potřeby budeme s grafikem revidovat informační materiály určené pro distribuci veřejnosti a firmám. Kampaň bude opět podpořena pomocí klasických media relations, tiskových zpráv a setkáními s novináři (též v rámci neformálních setkání). Vzhledem k blížícímu se konci projektu dojednáme pro zadavatele rozhovory se zástupci rozhlasových a televizních stanic. Samozřejmostí je online podpora této části kampaně, která se promítne do webových stránek projektu i sociálních médií.

**Říjen 2014:** závěr projektu z hlediska PR přinese sestavení závěrečné zprávy o projektu, dojednání prostoru v televizním vysílání (pořad typu *Hyde Park*), dojednání rozhovorů zástupců zadavatele s médií. Připravíme a pro zadavatele zrealizujeme závěrečnou tiskovou konferenci, na které představíme výsledky projektu. Následně bude distribuována tisková zpráva.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha č. 3

*Handwritten signature*

Po celou dobu projektu budeme zadavatele podporovat v oblasti PR služeb jakožto press office, aktivním kontaktem s novináři a vyhledáváním možností pro prezentaci projektu v médiích. Cílem je

zaujmout co nejširší publikum z řad cílové skupiny, táhnout do děje samosprávu, Úřad práce ČR, zadavatele, fyzické osoby a firmy.

### **Rozsah poskytnutých prací**

Po celou dobu projektu PR koordinátor garantuje zadavateli služby v celkovém rozsahu 793 hodin, tj. 30,5 hodin práce členů realizačního týmu (vedoucí realizačního týmu a členové realizačního týmu) po dobu 26 měsíců. Tato časová dotace nezahrnuje práci subdodavatele, který je zodpovědný za návrh a správu aktivit na internetu. Subdodavatel garantuje 10 hodin týdně věnovaných návrhu a správě aktivit na internetu.



Fond  
Dalšího  
Vzdělávání

odpovědná organizace MPSV

Fond dalšího vzdělávání  
Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Tel.: 277 277 070, <http://fdv.mpsv.cz>  
IČO: 00405698, č. účtu: 33531641/0100



Stáže  
ve firmách

Národní Katalog Stáží