

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE K VEŘEJNÉ ZAKÁZCE ZADÁVANÉ DLE ZÁKONA Č. 137/2006 SB., O VEŘEJNÝCH ZAKÁZKÁCH, VE ZNĚNÍ POZDĚJŠÍCH PŘEDPISŮ (DÁLE JEN „ZÁKON“)**1. NÁZEV VEŘEJNÉ ZAKÁZKY**

Název veřejné zakázky:

Nákup inzerce v tisku a online médiích II.

Veřejná zakázka je spolufinancována z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (dále jen „OP LZZ“), konkrétně z projektů Koordinace profesního vzdělávání jako nástroje služeb zaměstnanosti (registrační číslo CZ.1.04/2.2.00/11.00017) a Sdílení pracovních míst jako forma podpory dalšího vzdělávání a transferu kompetencí mezi pracovníky - domácí a zahraniční zkušenosti (registrační číslo CZ.1.04/2.2.00/11.00024).

2. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE ZADAVATELE

Obchodní firma nebo název:	Fond dalšího vzdělávání (FDV)
Sídlo:	Na Maninách 20, 170 00 Praha 7
IČO:	004 05 698
Osoba oprávněná jednat za zadavatele:	RNDr. Miroslav Procházka CSc., pověřen řízením
Kontaktní osoba:	Mgr. Jan Vodička +420 775 779 683 jan.vodicka@fdv.mpsv.cz

3. KLASIFIKACE PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY**Druh veřejné zakázky:** veřejná zakázka na služby**Druh zadávacího řízení:** otevřené řízení

Veřejná zakázka je rozdělena na dvě části dle ustanovení § 98 zákona. Dodavatel je oprávněn podat nabídku na všechny či některé části veřejné zakázky.

název	CPV
Reklamní služby	79341000-6
Marketingové služby	79342000-3
Reklamní kampaně	79341400-0
Propagační služby	79342200-5

4. PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky:	1 136 926,- Kč bez DPH
Předpokládaná hodnota části I. veřejné zakázky:	1 005 250,- Kč bez DPH
Předpokládaná hodnota části II. veřejné zakázky:	131 676,- Kč bez DPH

5. VYMEZENÍ PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Veřejná zakázka je rozdělena na dvě části dle ustanovení § 98 zákona. Dodavatel je oprávněn podat nabídku na všechny či některé části veřejné zakázky.

Předmětem veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v rámci propagační kampaně projektů „Koordinace profesního vzdělávání jako nástroje služeb zaměstnanosti“ (Koooperace) a „Sdílení pracovních míst jako forma podpory dalšího vzdělávání a transferu kompetencí mezi pracovníky -

domácí a zahraniční zkušenosti“ (METR), která si klade za cíl informovat širokou veřejnost České republiky o existenci, průběhu a výsledcích projektů.

Smyslem projektu Kooperace je přispět k rozvoji dalšího profesního vzdělávání (DPV) jako významné oblasti politiky zaměstnanosti MPSV zavedením znalostního managementu do této oblasti. Online dostupná Znalostní báze DPV jako jeden z hlavních produktů projektu zajistí systematické shromažďování, třídění a využívání znalostí z oblasti DPV a umožní cílové skupině účinně řešit aktuální problémy, podpoří možnost průběžného dynamického učení, zajistí zdroje pro strategické plánování a rozhodování. Hlavním cílem projektu je zavést znalostní management do oblasti DPV a nastavit systematický proces vyhledávání, výběru, koncentrace a prezentace poznatků (znalostí) způsobem, který zvýší odbornou úroveň pracovníků institucí služeb zaměstnanosti v oblasti politiky zaměstnanosti a jejich porozumění věcné problematice.

Hlavním cílem projektu METR je analyzovat a vyhodnotit podmínky a formy sdílení pracovních míst v ČR a zahraničí, navrhnout jejich širší využití v mezigeneračním transferu kompetencí mezi pracovníky coby nástroje dalšího vzdělávání, rozšířit tak současnou škálu podpůrných opatření pro ohrožené skupiny na trhu práce a poskytnout doporučení cílové skupině projektu a dalším zainteresovaným stranám pro provádění efektivní podpory a vlastní realizaci dalšího vzdělávání.

I. část veřejné zakázky – tištěná média

- OBECNÁ TIŠTĚNÁ MÉDIA

Zadavatel požaduje zajištění inzerátů o rozměru 1 A4 strany pro každý titul v níže uvedených kategoriích tištěných médií.

Pozice inzerátů v tištěném médiu: od 4. strany dál, a to v hlavních rubrikách vybraného titulu.

Předpokládané množství odběru tištěné inzerce: 5 inzerátů v celé době trvání veřejné zakázky. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy do října 2015.

Minimální čtenost, která tato média musí splňovat:

Celostátní deníky s čteností minimálně 174 000 (předpokládáme odběr 2 inzeráty)

Deníky zdarma s čteností minimálně 71 000 (předpokládáme odběr 1 inzerátu)

Ekonomické časopisy s čteností minimálně 38 000 (předpokládáme odběr 2 inzeráty)

Při určování titulů v jednotlivých vybraných kategoriích bude uchazeč vycházet z dat výzkumu Media projekt, který je k dispozici na následujících webových stránkách: http://www.median.cz/docs/MP_2014_1+2Q_zprava.pdf a to za období 1. 1. 2014 až 30. 6. 2014.

Nabídnuté médium v dané kategorii musí minimální čtenost splnit samo o sobě. Pro dosažení požadované minimální čtenosti nelze média v kategorii počítat.

Barevnost inzerátů bude záviset na specifikaci a požadavcích jednotlivých konkrétních vydavatelů.

- SPECIFICKÁ TIŠTĚNÁ MÉDIA

Zadavatel požaduje zajištění inzerátů o rozměru 1 A4 strany pro každý titul v níže uvedených kategoriích tištěných médií.

Pozice inzerátů ve specifických tištěných médiích: od 4. strany dál.

Předpokládané množství odběru specifické tištěné inzerce: 16 inzerátů v celé době trvání veřejné zakázky. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy do října 2015.

Specifikace, která tato média musí bezpodmínečně splňovat:

- 1)
 - Časopis/ revue vychází minimálně 1x ročně (předpokládáme odběr 1 inzerátu)
 - Cílová skupina - pracovníci personálních a vzdělávacích oddělení firem, vzdělávací instituce, ministerstva, úřady, akademická půda

- Profil časopisu - vědecký časopis zaměřený na teorii vzdělávání dospělých, rozvoj lidských zdrojů a andragogiku
- Minimální náklad 1000 výtisků
- 2)
 - Časopis – minimálně čtvrtletník (předpokládáme odběr 2 inzerátů)
 - Cílová skupina – manažeři a pracovníci personálních a vzdělávacích oddělení firem, vzdělávací instituce, ministerstva, úřady, akademická půda
 - Profil časopisu – časopis zaměřený na příspěvky z teorie i praxe rozvoje a vzdělávání dospělých, moderní formy a metody vzdělávání, systémy vzdělávání ve firmách
 - Minimální náklad 1 500 výtisků
- 3)
 - Časopis - vychází minimálně 3x ročně (předpokládáme odběr 3 inzerátů)
 - Cílová skupina - akademičtí pracovníci, vysokoškolští pedagogové, výzkumníci, odborníci zabývající se celoživotním vzděláváním, lektori kurzů celoživotního vzdělávání, vysokoškolští studenti a širší odbor veřejnost
 - Profil časopisu – časopis zaměřený na původní vědecké práce českých i zahraničních autorů, přehledové studie, analytické recenze a zprávy vztahující se k aspektům celoživotního učení a vzdělávání (zejména profesního, dalšího odborného vzdělávání a vzdělávání seniorů)
 - Minimální náklad 200 výtisků
- 4)
 - Časopis – minimálně čtrnáctideník (předpokládáme odběr 2 inzerátů)
 - Cílová skupina – zaměstnanci ministerstev, krajských, městských a obecních úřadů, hejtmani, primátoři, starostové, zastupitelé a radní, podnikatelé, členové nevládních neziskových organizací a další odborná veřejnost
 - Profil časopisu - obsahuje důležité informace o dění ve státní správě i samosprávě
 - Minimální náklad 5 000 výtisků
- 5)
 - Časopis – minimálně měsíčník (předpokládáme odběr 2 inzerátů)
 - Cílová skupina - pracovníci zastupitelstev, ministerstev a dalších státních úřadů, neziskových a nevládních organizací, výzkumných pracovišť, komunálních firem
 - Profil časopisu - odborný časopis pro management moderní státní správy i samosprávy měst a obcí
 - Minimální náklad 5 300 výtisků
- 6)
 - Časopis vychází minimálně 6x ročně (předpokládáme odběr 4 inzerátů)
 - Cílová skupina - vědci a vědkyně z oblasti sociálních věd, zejména sociologové, antropologové, politologové, demografové, sociální geografové
 - Profil časopisu – zaměřený na otázky teoretické sociologie, přehledové články zpracovávající vývoj v široké paletě oborů sociologie a příbuzných sociálních věd, informace ze sociologických výzkumů, metodologické statě, eseje, materiály k dějinám české sociologie
 - Minimální náklad 550 výtisků
- 7)
 - Časopis vychází minimálně 5x ročně (předpokládáme odběr 2 inzerátů)
 - Cílová skupina – pracovníci veřejné správy (starosta, úředník)
 - Profil časopisu – zaměřený na ekonomické otázky, financování a témata spojená s informatizací veřejné správy, problematiku územní veřejné správy včetně životního prostředí, investiční a bytové výstavby, infrastruktury, energetických úspor, dopravy, školství, sociálních věcí, kultury, problematikou rozvoje venkova atd.
 - Minimální náklad 4500 výtisků

Barevnost inzerátů bude záviset na specifikaci a požadavcích jednotlivých konkrétních vydavatelů.

Kampaň bude realizována výhradně v českém jazyce. Inzerce bude obsahovat prvky povinné publicity, logo související s výstupem projektu Kooperace, popis projektů (většinu inzerce v tištěných médiích bude tvořit text s informacemi o projektech, jejich vývoji a aktuálním stavu.) a bude mít jednotný vizuální styl.

Uchazeč bude při výběru mediálního prostoru dbát na tematicky vhodné umístění v rámci každého média.

Veškerá inzerce podléhá před zveřejněním schválení zadavatelem a bude v souladu s pravidly vizuální identity Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (viz <http://www.esfcr.cz/07-13/oplzz/publicita-op-lzz>), s logomanuálem Fondu dalšího vzdělávání a logem výstupu projektu Kooperace (<http://fdv.mpsv.cz/cz/m4/pro-media/loga-projektu-a-fdv-ke-stazeni>).

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení tiskových médií, která bude zadavateli v rámci plnění předmětu veřejné zakázky nabízet. Toto označení bude sloužit pouze po představu zadavatele. Rámcová smlouva s vybraným uchazečem bude uzavřena bez obchodního označení jednotlivých médií (specifikace bude stanovena na základě rozřazení médií do kategorií).

U nákupu inzerce v tištěných médiích uchazeč nabídne ceny vybraných formátů inzerce v médiích s požadovanou čteností.

Podrobný popis plnění je uveden v příloze č. 1 Návrh smlouvy pro část I.

II. část veřejné zakázky

- OBECNÁ ONLINE MÉDIA

U online inzerce požaduje zadavatel zajistit 1 PR článek (komerční text) umístěný vždy na Home page či sekci vybraného serveru za den.

Pozice: vždy na Home page či hlavní stránce sekce vybraného serveru, tak jak je uvedeno na <http://www.netmonitor.cz/verejne-vystupy>, a to konkrétně za měsíc červen 2014, soubor Veřejná zpráva XLS, záložka CELKEM kategorie.

Předpokládané množství odběru inzerce: 2 PR články (komerční texty) na vybraném serveru. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy do října 2015.

Kategorie serverů, jejichž požadovanou inzertní plochu požaduje Zadavatel nacenit a minimální RU (reální uživatelé), které musejí splňovat:

Ekonomika, finance, právo s minimálním RU 240 000/měsíc.

Při určování jednotlivých serverů bude uchazeč vycházet ze statistických informací o RU serverů, které jsou k dispozici na <http://www.netmonitor.cz/verejne-vystupy>, a to konkrétně za měsíc červen 2014, soubor Veřejná správa XLS, záložka CELKEM kategorie.

- SPECIFICKÁ ONLINE MÉDIA

U online inzerce požaduje zadavatel zajistit PR článek umístěný vždy na Home page či sekci vybraného serveru.

Pozice: vždy na Home page.

Předpokládané množství odběru inzerce: 4 PR články (komerční texty) na vybraném serveru. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy do října 2015.

Specifikace, která toto médium musí bezpodmínečně splňovat:

- Cílová skupina – pracovníci veřejné správy (starosta, úředník)
- Profil portálu – zaměřený na aktuální informace z oblasti státní správy a samosprávy, měst, obcí a regionů
- Návštěvnost v pracovních dnech – minimálně 800 unikátních návštěvníků/den

Kampaň bude realizována výhradně v českém jazyce. Inzerce bude obsahovat prvky povinné publicity, logo související s výstupem projektu Kooperace, popis projektů a bude mít jednotný vizuální styl.

Uchazeč bude při výběru mediálního prostoru dbát na tematicky vhodné umístění v rámci každého média.

Veškerá inzerce podléhá před zveřejněním schválení zadavatelem a bude v souladu s pravidly vizuální identity Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (viz <http://www.esfcr.cz/07-13/oplzz/publicita-op-lzz>), s logomanuálem Fondu dalšího vzdělávání a logem výstupu projektu Kooperace či METR (<http://fdv.mpsv.cz/cz/m4/pro-media/loga-projektu-a-fdv-ke-stazeni>).

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení online médií, která bude zadavateli v rámci plnění předmětu veřejné zakázky nabízet. Toto označení bude sloužit pouze po předstupu zadavatele. Rámcová smlouva s vybraným uchazečem bude uzavřena bez obchodního označení jednotlivých médií (specifikace bude stanovena na základě rozřazení médií do kategorií).

U nákupu inzerce v online médiích uchazeč nabídne ceny vybraných formátů inzerce v médiích s minimálními RU (reálnými uživateli).

Podrobný popis plnění je uveden v příloze č. 1 Návrh smlouvy pro část II.

6. OBCHODNÍ PODMÍNKY, VČETNĚ PLATEBNÍCH PODMÍNEK, PŘÍPADNĚ TÉŽ OBJEKTIVNÍCH PODMÍNEK, ZA NICHŽ JE MOŽNO PŘEKROČIT VÝŠI NABÍDKOVÉ CENY

Závazné obchodní podmínky včetně platebních podmínek jsou uvedeny v návrhu smlouvy, který tvoří přílohu č. 1 a přílohu č. 2 této zadávací dokumentace.

Uchazeč je povinen doložit do nabídky podepsaný návrh smlouvy pokrývající zajištění plnění předmětu veřejné zakázky. Uchazeč je oprávněn doplnit do návrhu smlouvy pouze údaje, které jsou označeny jako nedoplněné [DOPLNÍ UCHAZEČ] apod., či údaje na místech, ze kterých to z logiky věci vyplývá a jejich vyplnění uchazečem se předpokládá.

Návrh smlouvy musí být ze strany uchazeče podepsán osobou oprávněnou uchazeče zastupovat a podepisovat v souladu se způsobem podepisování uvedeným ve výpisu z obchodního rejstříku nebo zástupcem zmocněným či pověřeným k tomuto úkonu podle právních předpisů. Prostá kopie zmocnění či pověření musí být v takovém případě součástí nabídky uchazeče. Předložení nepodepsaného návrhu smlouvy, popřípadě nepředložení zmocnění dle předchozí věty, není předložením řádného návrhu požadované smlouvy a nabídka uchazeče je v takovém případě neúplná.

Návrh smlouvy nesmí vyloučit či žádným způsobem omezovat oprávnění či požadavky zadavatele, uvedené v zadávacích podmínkách. Uchazeč dále není oprávněn uvádět v návrhu smlouvy jakákoliv ustanovení o smluvních pokutách k tíži zadavatele (Zadavatel připouští pouze zákonné sankce). V opačném případě se jedná o nesplnění zadávacích podmínek.

7. ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Informace a údaje uvedené v této zadávací dokumentaci a v přílohách zadávací dokumentace vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky. Tyto požadavky je uchazeč povinen plně a bezvýjimečně respektovat při zpracování své nabídky a ve své nabídce je akceptovat. Neakceptování požadavků zadavatele uvedených v této zadávací dokumentaci a v přílohách zadávací dokumentace bude považováno za nesplnění zadávacích podmínek s následkem vyloučení uchazeče z další účasti v zadávacím řízení.

Zadávací dokumentace včetně všech příloh je uveřejněna v souladu s § 48 zákona neomezeným

a přímým dálkovým přístupem na profilu zadavatele, tj. na internetové adrese:
<http://fdv.profilzadavatele.cz/>

8. POŽADAVKY NA VARIANTY NABÍDEK

Zadavatel nepřipouští varianty nabídek.

9. POŽADAVKY NA ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

Uchazeč stanoví nabídkovou cenu za celý předmět plnění veřejné zakázky v souladu se zadávacími podmínkami. Uchazeči předloží ve své nabídce nabídkovou cenu ve formě:

I. část veřejné zakázky:

Inzerce v obecných tištěných médiích

Charakteristika média	Jednotka - formát	Nabídková cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v % za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH za jednotku
Celostátní deníky s čteností minimálně 174 000	1 A4			
Deníky zdarma s čteností minimálně 71 000	1 A4			
Ekonomické deníky s čteností minimálně 38 000	1 A4			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Inzerce ve specifických tištěných médiích

Charakteristika média	Jednotka - formát	Nabídková cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v % za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH za jednotku
Časopis/ revue vychází minimálně 1x ročně	1 A4			
Časopis vychází minimálně 4x ročně	1 A4			
Časopis vychází minimálně 3x ročně	1 A4			
Časopis – minimálně čtrnáctideník	1 A4			
Časopis - minimálně měsíčník	1 A4			
Časopis vychází minimálně 6 ročně	1 A4			
Časopis vychází minimálně 5x ročně	1 A4			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

II. část veřejné zakázky:

Inzerce v obecných online médiích

Charakteristika média	Jednotka – formát	Nabídková cena v Kč bez DPH	Výše DPH v % za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH
Ekonomika, finance, právo s minimálním RU 240 000/měsíc	PR článek			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Inzerce ve specifických online médiích

Charakteristika média	Jednotka - formát	Nabídková cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v % za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH za jednotku
Webový portál	PR článek			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Zadavatel nepřipouští, aby uchazeč uvedl cenu v jiné než předepsané struktuře. Zpracování ceny v jiné než předepsané struktuře bude hodnoceno jako nesplnění podmínek zadávacího řízení.

Nabídková cena uchazeče bude uvedena v příloze č. 1 Návrh smlouvy pro I. část veřejné zakázky a v příloze č. 2 Návrh smlouvy pro II. část veřejné zakázky.

Nabídková cena navržená uchazečem bude zahrnovat veškeré náklady uchazeče nezbytné pro řádné plnění veřejné zakázky. Nabídková cena bude zpracována v souladu se zadávacími podmínkami a bude stanovena jako cena nejvýše přípustná. Zadavatel nepřipouští překročení nabídkové ceny vyjma změny sazeb DPH.

Nabídková cena bude uvedena v CZK.

Uchazeč nesmí u žádné položky uvést nulovou cenu. Současně je uchazeč povinen ocenit všechny položky

10. JINÉ POŽADAVKY ZADAVATELE NA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

10.1. Doklady požadované v souladu s § 68 odst. 3 zákona, které musí být součástí nabídky

- seznam statutárních orgánů nebo členů statutárních orgánů, kteří v posledních 3 letech od konce lhůty pro podání nabídek byli v pracovněprávním, funkčním či obdobném poměru u zadavatele (Fond dalšího vzdělávání) podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za dodavatele;
- má-li dodavatel formu akciové společnosti, seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za dodavatele;
- prohlášení uchazeče o tom, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního právního předpisu v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za dodavatele.

Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona je přílohou č. 5 této zadávací dokumentace.

10.2. Subdodavatelé

Při prokazování kvalifikace prostřednictvím subdodavatele je nutné respektovat ustanovení § 51 odst. 4 zákona a dále ustanovení § 69 odst. 2 zákona.

10.3. Doba plnění

Předpokládaným termínem zahájení plnění veřejné zakázky je den podpisu rámcové smlouvy (dále také jen „smlouva“) s vybraným uchazečem, přičemž předpokládané datum uzavření smlouvy je bez zbytečného odkladu po ukončení tohoto zadávacího řízení. Předmět veřejné zakázky bude vykonáván na základě smlouvy uzavřené mezi zadavatelem a vybraným uchazečem na dobu určitou, a to na dobu do 31. 10. 2015, či na dobu, dokud úhrada odměn za plnění veřejné zakázky nedosáhne maximálně přípustné výše stanovené v příloze č. 1 Návrh rámcové smlouvy (předpokládaná hodnota veřejné zakázky) pro I. část veřejné zakázky a v příloze č. 2 Návrh rámcové smlouvy (předpokládaná hodnota veřejné zakázky) pro II. část veřejné zakázky, podle toho, která z těchto skutečností nastane dříve.

10.4. Místo plnění

Místem plnění bude sídlo zadavatele, sídlo vybraného uchazeče a v rámci plnění požadované inserce celé území ČR.

10.5. Sdružení dodavatelů

Při prokazování kvalifikace v případě společné nabídky podané ve sdružení dodavatelů se postupuje dle ustanovení § 51 odst. 5 a 6 zákona. Podává-li nabídku sdružení více dodavatelů, musí být v takové nabídce doložena smlouva o sdružení obsahující závazek, že všichni tito dodavatelé budou vůči zadavateli a třetím osobám z jakýchkoliv právních vztahů vzniklých v souvislosti s veřejnou zakázkou zavázáni společně a nerozdílně, a to po celou dobu plnění veřejné zakázky i po dobu trvání jiných závazků vyplývajících z veřejné zakázky. Dále bude ve společné nabídce výslovně uvedeno, který z dodavatelů bude vystupovat jménem sdružení (dodavatele).

10.6. Použití specifických názvů

Obsahují-li zadávací podmínky odkazy na obchodní firmy, názvy nebo jména a příjmení, specifická označení zboží a služeb, které platí pro určitou osobu, popřípadě její organizační složku za příznačné, patenty na vynálezy, užitné vzory, průmyslové vzory, ochranné známky nebo označení původu, je tomu tak výhradně z důvodu dostatečně přesného vymezení předmětu veřejné zakázky či zajištění kompatibility se stávajícím vybavením zadavatele. Zadavatel však pro plnění veřejné zakázky výslovně připouští použití i jiných, kvalitativně a technicky obdobných řešení.

11. POŽADAVKY NA KVALIFIKACI

Podrobná specifikace požadavků zadavatele na kvalifikaci je uvedena v kvalifikační dokumentaci, která tvoří přílohu zadávací dokumentace. Kvalifikační dokumentace upravuje podrobným způsobem vymezení a způsob prokázání kvalifikačních předpokladů.

12. ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK

I. část veřejné zakázky:

Základním kritériem hodnocení je nejnižší nabídková cena dle ustanovení § 81 odst. 1 písm. b) zákona.

Zadavatel bude hodnotit součet celkové výše nabídkové ceny za typ kampaně v Kč bez DPH uvedený uchazečem v návrhu smlouvy dle ustanovení bodu 9 této zadávací dokumentace.

Na základě součtu výsledných hodnot u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejnižší nabídkové ceny.

II. část veřejné zakázky:

Základním kritériem hodnocení je nejnižší nabídková cena dle ustanovení § 81 odst. 1 písm. b) zákona.

Zadavatel bude hodnotit součet celkové výše nabídkové ceny za typ kampaně v Kč bez DPH uvedený uchazečem v návrhu smlouvy dle ustanovení bodu 9 této zadávací dokumentace.

Na základě součtu výsledných hodnot u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejnižší nabídkové ceny.

13. POŽADAVEK NA POSKYTNUTÍ JISTOTY

Zadavatel jistotu nepožaduje.

14. PODMÍNKY A POŽADAVKY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

Nabídka bude předložena pro každou část veřejné zakázky samostatně.

Nabídka bude předložena v jednom originále a v jedné kopii v písemné formě, v českém jazyce. Originál bude označen jako „Originál“ a kopie nabídky bude označena jako „Kopie“. Kopie musí být úplnou kopií originální nabídky. V případě rozporu je rozhodující originální vyhotovení nabídky.

Dodavatel ve své nabídce uvede své identifikační údaje v souladu s ust. § 68 odst. 2 zákona a ust. § 17 písm. d) zákona, a to v rozsahu:

- a) v případě právnické osoby: obchodní firma nebo název, sídlo, právní forma, identifikační číslo osoby (dále jen "IČO"), bylo-li přiděleno,
- b) v případě fyzické osoby: obchodní firma nebo jméno a příjmení, místo podnikání, popřípadě místo trvalého pobytu, IČO, bylo-li přiděleno,

a dále uchazeč ve své nabídce uvede: DIČ, jméno a příjmení osoby oprávněné jednat za uchazeče, telefon, e-mail (pro komunikaci v průběhu procesu zadávání zakázky) a URL adresu (viz příloha č. 3 – Krycí list nabídky I. část veřejné zakázky a příloha č. 4 – Krycí list nabídky II. část veřejné zakázky). Součástí krycího listu nabídky bude také prohlášení uchazeče, že není subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci.

Součástí nabídky musí být písemný návrh smlouvy podepsaný osobou oprávněnou uchazeče zastupovat a podepisovat v souladu se způsobem podepisování uvedeným ve výpisu z obchodního rejstříku nebo zástupcem zmocněným či pověřeným k tomuto úkonu podle právních předpisů. Prostá kopie zmocnění či pověření musí být v takovém případě součástí nabídky uchazeče. Písemný návrh smlouvy musí akceptovat návrh smlouvy uvedený v příloze č. 1 a v příloze č. 2. **Od návrhu smlouvy, který je součástí zadávací dokumentace, se nelze odchýlit.** Údaje uvedené v návrhu smlouvy se nesmí lišit od údajů uvedených v jiné části nabídky uchazeče. V případě rozporů je pak vždy rozhodující písemný návrh smlouvy.

Součástí nabídky musí být rovněž dokumenty dle ustanovení § 68 odst. 3 zákona: **Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona je přílohou č. 5 této zadávací dokumentace.**

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení tiskových a online médií, která bude zadavateli v rámci plnění předmětu veřejné zakázky nabízet. Toto označení bude sloužit pouze po představu zadavatele. Rámcová smlouva s vybraným uchazečem bude uzavřena bez obchodního označení jednotlivých médií (specifikace bude stanovena na základě rozřazení médií do kategorií).

Součástí nabídky budou rovněž další dokumenty požadované zákonem a zadavatelem, včetně dokladů a informací prokazujících splnění kvalifikace.

Součástí předložené nabídky musí být kompletní elektronická verze nabídky včetně podepsaného návrhu smlouvy ve formátu *.pdf, přiložená k originálu nabídky. Návrh smlouvy bude rovněž přiložen v editovatelné podobě ve formátu *.doc. Elektronická verze dokumentů bude uložena na nepřepisovatelném CD. V případě rozporů mezi tištěnou a elektronickou podobou návrhu smlouvy je rozhodující písemný návrh smlouvy.

Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl. Všechny listy nabídky budou řádně očíslovány vzestupnou číselnou řadou a nabídka bude zajištěna proti neoprávněné manipulaci.

Je-li zadavatelem vyžadováno prohlášení, musí být opatřeno datem a podepsáno osobou oprávněnou za uchazeče podepisovat, přičemž v nabídce musí být doloženo oprávnění této osoby za uchazeče podepisovat.

15. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM

Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám je možno doručit písemně nejpozději 6 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek dle ustanovení § 49 zákona.

Dodatečné informace k zadávacím podmínkám budou vyřízeny dle ustanovení § 49 odst. zákona. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám včetně přesného znění požadavku budou uveřejněny na profilu zadavatele.

16. KOMUNIKACE MEZI ZADAVATELEM A DODAVATELEM

Zadavatel požaduje, aby součástí nabídky uchazeče bylo uvedení kontaktní osoby uchazeče (jméno, e-mail, telefon) v příloze č. 3 Krycí list nabídky I. část veřejné zakázky a v příloze č. 4 Krycí list nabídky II. část veřejné zakázky. Elektronický kontakt této osoby (e-mail) bude sloužit pro komunikaci v rámci zadávacího řízení, zejména pro zaslání a příjem žádosti dle ustanovení § 59 odst. 4 zákona a 76 odst. 3 zákona.

Veškeré ostatní písemnosti v rámci zadávacího řízení (rozhodnutí o vyloučení, rozhodnutí o výběru nejvhodnější nabídky, oznámení o uzavření smlouvy apod.) budou zadavatelem odesílány prostřednictvím datové schránky či prostřednictvím držitele poštovní licence.

17. DALŠÍ PODMÍNKY ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

Zadavatel stanovuje délku zadávací lhůty na 120 dnů.

Prohlídka místa plnění veřejné zakázky nebude vzhledem k povaze předmětu plnění veřejné zakázky uskutečněna.

18. LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK

Místo pro podání nabídek: sídlo zadavatele

Nabídky budou doručeny v zapečetěné obálce, kterou uchazeč označí nápisem dle toho, do jaké části veřejné zakázky podává svoji nabídku:

„Nákup inzerce v tisku a online médiích II. – I část veřejné zakázky - NEOTVÍRAT“

nebo

„Nákup inzerce v tisku a online médiích II. – II část veřejné zakázky - NEOTVÍRAT“

Na obálce uchazeč dále uvede své identifikační údaje, tj. obchodní firmu nebo název, sídlo či korespondenční adresu, na které je možno zaslat oznámení podle § 71 odst. 6 a 7 zákona.

Nabídku je možno podávat osobně nebo prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu sídla zadavatele.

Osobní podání nabídky lze učinit na recepci zadavatele v době: Po – Pá od 9:00 do 15:00 hod., v poslední den lhůty pro podání nabídek potom do 13:00 hodin.

V případě podání nabídky poštou je nezbytné, aby byla nabídka zadavateli doručena do konce lhůty pro podání nabídek. Za okamžik podání/doručení nabídky se považuje její fyzické převzetí recepcí zadavatele na výše uvedené adrese.

Lhůta pro podání nabídek končí dne 13. 1. 2015 v 13:00 hodin.

Nabídky doručené zadavateli po uplynutí stanovené lhůty nebudou otevírány. Opožděně podané nabídky zadavatel nevrací a ponechává je přiložené k dokumentaci o zadávání veřejné zakázky.

19. OTEVÍRÁNÍ OBÁLEK S NABÍDKAMI

Otevírání obálek s nabídkami se uskuteční **dne 13. 1. 2015 v 13:10 hodin** v zasedací místnosti zadavatele (uchazeči budou vyzvednuti z recepcie zadavatele).

Otevírání obálek s nabídkami se mají právo účastnit zástupci dodavatelů, jejichž nabídky byly řádně doručeny do konce stanovené lhůty. Z organizačních důvodů je omezen počet zástupců každého uchazeče na jednu fyzickou osobu, která se musí prokázat dokladem opravňujícím jednat za uchazeče, který nabídku podal (výpis z obchodního rejstříku a občanský průkaz, popř. plnou moc nebo pověření v originále nebo úředně ověřené kopii, apod.).

20. DALŠÍ ČÁSTI ZADÁVACÍ DOKUMENTACE - PŘÍLOHY

- Příloha č. 1: Návrh smlouvy I. část veřejné zakázky
- Příloha č. 2: Návrh smlouvy II. část veřejné zakázky
- Příloha č. 3: Krycí list nabídky I. část veřejné zakázky
- Příloha č. 4: Krycí list nabídky II. část veřejné zakázky
- Příloha č. 5: Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona
- Příloha č. 6: Kvalifikační dokumentace

V Praze dne 18. 11. 2014

RNDr. Miroslav Procházka, CSc., v.r.
pověřen řízením

Za správnost: Mgr. Michaela Kuzníková