

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:

Tisková a on-line reklama

Veřejná zakázka je spolufinancována z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (dále jen „OP LZZ“), a to konkrétně projekt „Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením“, registrační číslo projektu CZ.1.04/1.1.00/ A5.00001.

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 jménem či za zadavatele:	Mgr. Veronika Pelíšková MBA, ředitelka FDV
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

název	CPV
Reklamní kampaně	79341400-0
Propagační služby	79342200-5

4. PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky: 2 031 947,- Kč bez DPH

5. VYMEZENÍ PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předmětem veřejné zakázky je návrh vizuálního a grafického řešení kampaně a dodání inzerce v tisku a online médiích v rámci propagační kampaně projektu „Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením“, která si klade za cíl informovat širokou veřejnost České republiky o existenci, průběhu a výsledcích Projektu. Dalším cílem je motivovat cílovou skupinu projektu k účasti v něm a působit na změnu společenských postojů v problematice zaměstnávání OZP/OZZ.

Cílem projektu Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením je zlepšení postavení OZP/OZZ na trhu práce. Projekt je zaměřen na podporu vzdělávání OZP/OZZ zaměstnanců a současně na motivaci všech zaměstnavatelů, kteří tyto osoby dosud nezaměstnávají, k aplikování společenské odpovědnosti ve vztahu k OZP/OZZ. Projekt má posílit sebevědomí a sebevímání OZP/OZZ zaměstnanců na trhu práce a tím zvýšit jejich atraktivitu a orientaci na trhu práce.

Zaměstnavatelům, kteří OZP/OZZ zaměstnávají, projekt nabízí možnost získat finanční prostředky na komplexní vzdělávání svých zaměstnanců se zdravotním postižením. Všem zaměstnavatelům, bez ohledu na to, zda OZP/OZZ zaměstnávají či nezaměstnávají, projekt umožňuje prostřednictvím auditů vhodných pracovních pozic, identifikovat pracovní místa vhodná pro OZP/OZZ. Zároveň bude všem zaměstnavatelům, kteří projeví zájem, nabízeno školení a poradenství pro personalisty v otázkách zaměstnávání OZP/OZZ.

U nákupu inzerce v tištěných a online médiích uchazeč nabídne ceny vybraných formátů inzerce v médiích s požadovanou čteností v případě tištěných médií a minimálními RU (reálnými uživateli) v případě online inzerce.

Inzerce v tištěných médiích

Požadujeme uvést ceny inzerátů o rozměru ¼ strany pro každý titul v níže uvedených kategoriích tištěných médií (zadavatel nestanovil požadavek na svislé či vodorovné umístění).

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

Předpokládané množství odběru tištěné inzerce: 18 inzerátů v celé době trvání veřejné zakázky. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy, nejdříve však březen 2014 – červen 2015.

Minimální čtenost, která tato média musí splňovat:

- celostátní deníky s čteností minimálně 184 000
- regionální deníky s čteností minimálně 69 000
- deníky zdarma s čteností minimálně 65 000

Při určování titulů v jednotlivých vybraných kategoriích bude uchazeč vycházet z dat výzkumu Media projekt, který je k dispozici na webových stránkách Unie vydavatelů: <http://www.unievydavatelu.cz/Upload/1109.pdf>, a to za období 4. Q. 2012 až 1. Q. 2013. 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.

Inzerce v online médiích

U online inzerce požaduje zadavatel uvést cenu za 1 týdenní bannerovou kampaň včetně výroby banneru.

Zadavatel požaduje následující formáty bannerů pro online inzerci: Leaderboard (případně Megaboard pokud Leaderboard vybraný web nenabízí), a to dle požadavků jednotlivých serverů. Počet slidů (vrstev) u bannerů typu Leaderboard (případně Megaboard) požaduje zadavatel min. 2, ale zároveň nesmí překročit počet 4, z toho jeden vždy musí obsahovat prvky povinné publicity.

Pozice: vždy na Home page či sekci vybraného serveru, tak jak je uvedeno na <http://www.netmonitor.cz/verejne-vystupy>, a to konkrétně za měsíc květen 2013, soubor Veřejná správa XLS, záložka CELKEM kategorie.

Předpokládané množství odběru bannerové inzerce: 4 x týdenní kampaň na vybraném serveru. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy, nejdříve však březen 2014 – červen 2015.

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

- zpravodajství s minimálním RU 1 100 000/měsíc
- ekonomika, finance, právo s minimálním RU 248 000/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 květen 2013, soubor Veřejná správa XLS, záložka CELKEM kategorie. Nabídnuté médium v dané kategorii musí minimální čtenost splnit samo o sobě. Pro dosažení požadované minimální čtenosti nelze média v kategorii počítat. Uchazeč při stanovení nabídkových cen za týdenní bannerovou inzerci bude vycházet z "Garance počtu zobrazení za týden".

Kampaň bude realizována výhradně v českém jazyce. Inzerce bude obsahovat prvky povinné publicity, loga projektu, popis projektu (většinu inzerce v tištěných médiích bude tvořit text s informacemi o projektu, jeho vývoji a aktuálním stavu.) a bude mít jednotný vizuální styl.

Zadavatel v případě tištěné inzerce vždy dodá text inzerátu, který vítězný uchazeč vloží do jím navrženého grafického řešení a celou inzerci následně přizpůsobí požadavkům dané redakce a zfinalizuje.

V případě online inzerce dodá zadavatel text, který pak vítězný uchazeč použije při tvorbě banneru. Kreativní řešení banneru dodá vítězný uchazeč. Vítězný uchazeč banner zfinalizuje podle požadavků daného serveru.

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

Grafické řešení kampaně

Dodavatel bude pro zadavatele realizovat grafické řešení kampaně. Grafické řešení bude dodavatelem zpracováno dle konkrétních požadavků jednotlivých redakcí (Dodavatel zpracuje komplexní grafické řešení kampaně dotčeného projektu jednorázově, což bude odpovídat celkové nabídkové ceně za grafické řešení kampaně, součástí této ceny bude také případná úprava grafického řešení kampaně dle konkrétních požadavků jednotlivých redakcí). Všechny části mediální kampaně musí mít vždy společné barevné, grafické a typografické prvky. Cílem je dosáhnout provázanosti jednotlivých částí kampaně a zvýšení účinku na cílovou skupinu. 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>), Logomanuálem Fondu dalšího vzdělávání a logem projektu Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením.

Uchazeč ve své nabídce uvede návrh vizuálního a grafického řešení kampaně, který bude vycházet z cílů projektu a bude respektovat veškerá pravidla vizuální identity Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (OP LZZ), včetně Logomanuálu Fondu dalšího vzdělávání a loga projektu Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením. Součástí návrhu bude i ukázka inzerce v tištěných médiích a ukázka bannerové inzerce na zpravodajských serverech s konkrétním použitím navrženého vizuálního a grafického řešení kampaně. V případě grafické ukázky tištěné inzerce musí uchazeč počítat s tím, že zadavatel chce plochu inzerátu maximálně využít ve prospěch textové inzerce. Pokud budou grafické prvky použity např. uprostřed inzerce, tak by měly být propustné, aby z nich byl text čitelný.

Zadavatel požaduje, aby v případě inzerce v tištěných médiích byly na jeho adresu zaslány min. 2 výtisky každého tištěného titulu, kde bude tato inzerce zveřejněna, a to bez zbytečného odkladu po vydání příslušného titulu, nejdéle však do pěti pracovních dnů po vydání příslušného titulu. Náklady na tyto výtisky i zaslání na adresu zadavatele jsou součástí nabídkové ceny. V případě online inzerce zadavatel požaduje printscreen serveru s ukázkou inzerce.

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení tiskových a online medií, 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).

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

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 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 jednat jménem či za uchazeče, tj. statutárním orgánem nebo osobou k tomu statutárním orgánem zmocněnou či pověřenou v souladu se způsobem jednání jménem uchazeče; 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:

Inzerce v tištěných médiích

Charakteristika média	Jednotka - formát	Nabídková cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v Kč za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH za jednotku
celostátní deníky s čteností minimálně 184 000	¼ strany			
regionální deníky s čteností minimálně 69 000	¼ strany			
deníky zdarma s čteností minimálně 65 000	¼ strany			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Inzerce v online médiích

Charakteristika média	Jednotka -	Nabídková cena	Výše DPH v Kč	Nabídková cena
-----------------------	------------	----------------	---------------	----------------

	formát	v Kč bez DPH		v Kč s DPH
zpravodajství s minimálním RU 1 100 000/měsíc	1 týdenní bannerová kampaň			
ekonomika, finance, právo s minimálním RU 248 000/měsíc	1 týdenní bannerová kampaň			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Grafické řešení kampaně

Charakteristika grafického řešení	Nabídková cena v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Nabídková cena v Kč s DPH
Celková nabídková cena za grafické řešení kampaně			

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 a v příloze č. 2 Krycí list nabídky.

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. 3 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 30. 6. 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).

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, užité 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.

10.7. Návrh vizuálního a grafického řešení kampaně

Uchazeč ve své nabídce uvede návrh vizuálního a grafického řešení kampaně, který bude vycházet z cílů projektu a bude respektovat veškerá pravidla vizuální identity Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (OP LZZ), včetně Logomanuálu Fondu dalšího vzdělávání a loga projektu Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením. Návrh bude obsahovat ukázkou inserce v tištěných médiích a ukázkou bannerové inserce na zpravodajských serverech s konkrétním použitím navrženého vizuálního a grafického řešení kampaně. Návrh vizuálního a grafického řešení kampaně bude předmětem hodnocení dle bodu 12 této zadávací dokumentace.

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

Základním kritériem hodnocení stanovil zadavatel v souladu s § 78 odst. 1 písm. a) zákona ekonomickou výhodnost nabídky.

Nabídky budou hodnoceny podle následujících kritérií s určením vah:

č.	Dílčí hodnotící kritéria	Váha
----	--------------------------	------

1.	Celková nabídková cena bez DPH	80%
2.	Návrh vizuálního a grafického řešení kampaně	20%

Dílčí hodnotící kritérium č. 1 „Celková nabídková cena bez DPH“

U tohoto hodnotícího kritéria bude hodnotící komisí hodnocena výše celkové nabídkové ceny za inzerci v tištěných médiích, inzerci v online médiích a grafické řešení kampaně.

Nabídková cena za návrh vizuálního a grafického řešení kampaně nesmí přesáhnout 5% z předpokládané hodnoty veřejné zakázky.

Určení vah jednotlivých typů kampaně a grafického řešení kampaně:

Typ kampaně či grafické řešení kampaně	Váha
Celková nabídková cena za typ kampaně - inzerce v tištěných médiích	45%
Celková nabídková cena za typ kampaně - inzerce v online médiích	45%
Celková nabídková cena za grafické řešení kampaně	10%

Zadavatel bude hodnotit součet celkové výše nabídkové ceny za typ kampaně a grafické řešení kampaně v Kč bez DPH uvedený uchazečem v návrhu smlouvy dle ustanovení bodu 9 této zadávací dokumentace přepočítaný vahou daného typu kampaně, tedy dle následujícího vzorce:

$$\frac{\text{nejnižší nabídková cena dané typu kampaně (grafické řešení kampaně)}}{\text{nabídková cena dané typu kampaně (grafické řešení kampaně)}} \times 100$$

Následně bude počet bodů dosažený každým uchazečem přepočten vahou kritéria daného typu kampaně či grafického řešení kampaně. Výsledné číslo bude zaokrouhлено na 2 desetinná místa. Jako výhodnější bude hodnocena nabídka toho uchazeče, jehož nabídka bude v těchto dílčích hodnotících kritériích nižší oproti nabídkám ostatních uchazečů.

Dílčí hodnotící kritérium č. 2 „Návrh vizuálního a grafického řešení kampaně“

U tohoto dílčího hodnotícího kritéria bude hodnotící komisí hodnocen návrh vizuálního a grafického řešení kampaně, respektující veškerá pravidla vizuální identity Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (OP LZZ), včetně Logomanuálu Fondu dalšího vzdělávání a loga projektu Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením.

Vzhledem k tomu, že předmětem hodnocení je do značné míry kreativita zpracování návrhu celkového řešení, není možné vyjmenovat taxativně konkrétní prvky řešení a bodovou hodnotu jejich hodnocení.

Zadavatel bude v rámci tohoto dílčího kritéria hodnotit:

Zadavatel bude hodnotit originalitu, atraktivnost, inovativnost a neotřelost návrhu vizuálního a grafického řešení kampaně. Dále bude zadavatel hodnotit, zda návrh odpovídá záměru, cílům a cílové skupině projektu.

Pro toto slovní kritérium, které nelze vyjádřit číselně, bude sestaveno pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné a bude přiřazeno nejvhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce se přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce spolu se slovním odůvodněním.

Maximální počet bodů (100) dosáhne uchazeč, jehož návrh nejlépe naplní výše uvedené představy zadavatele kladené na toto hodnotící kritérium, tedy bude originální, atraktivní, inovativní, neotřelý a bude odpovídat záměrům cílům a cílové skupině projektu. V případě, že návrh nenaplní představy zadavatele kladené na toto hodnotící kritérium obdrží uchazeč 1 bod.

Následně bude počet bodů dosažený každým uchazečem přepočten vahou kritéria. Výsledné číslo bude zaokrouhлено na 2 desetinná místa.

Celkové hodnocení nabídek veřejné zakázky

Na základě součtu výsledných hodnot u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší bodové hodnoty.

13. POŽADAVEK NA POSKYTNUTÍ JISTOTY

Zadavatel jistotu nepožaduje.

14. PODMÍNKY A POŽADAVKY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

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. 2 – Krycí list nabídky). 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 jednat jménem či za uchazeče (*Pokud jedná jménem či za uchazeče jiná osoba odlišná od osoby oprávněné jednat, musí být součástí návrhu smlouvy plná moc opravňující tuto osobu k jednání.*). Písemný návrh smlouvy musí akceptovat návrh smlouvy uvedený v příloze č. 1. **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. 3 této zadávací dokumentace.**

Součástí nabídky musí být **Návrh vizuálního a grafického řešení kampaně** dle bodu 10. 7 této zadávací dokumentace.

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení tiskových a online medií, 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. 2 Krycí list nabídky. 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:

„Tisková a on-line reklama - 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 8. 4. 2014 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



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Otevírání obálek s nabídkami se uskuteční **dne 8. 4. 2014 v 13:15 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 jménem či 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
- Příloha č. 2: Krycí list nabídky
- Příloha č. 3: Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona
- Příloha č. 4: Kvalifikační dokumentace
- Příloha č. 5: Logomanuál Fondu dalšího vzdělávání
- Příloha č. 6: Loga projektu Vzdělávání zaměstnanců se zdravotním postižením

V Praze dne 13. 2. 2014

Mgr. Veronika Pelíšková, MBA, v. r.
ředitelka FDV

Za správnost: Mgr. Lenka Lelitovská