VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY NA VEŘEJNOU ZAKÁZKU MALÉHO ROZSAHU

(zadávací dokumentace)

dle ustanovení § 12 odst. 3 zák. č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon")

Tato veřejná zakázka malého rozsahu je zadávána mimo rámec zákona v souladu s ustanovením § 18 odst. 5 zákona podle zásad § 6 zákona, a v souladu s Pokynem D9 – Metodický pokyn pro zadávání zakázek OP LZZ a postupem stanoveným v Příkazu ministra č. 32/2013 ve znění Dodatku č. 4.

„ Zajištění realizace informační kampaně s názvem ‚Buďme profi!' "

(dále také „zakázka")

Druh zakázky:	**Služby**

ZADAVATEL:	
Název:	**Česká republika – Ministerstvo práce a sociálních věcí**
Sídlo:	Na Poříčním právu 1/376, 128 01 Praha 2
Identifikační číslo:	00551023
Zastoupena (odpovědný zástupce organizátora):	Mgr. Radek Lintymer, ředitel odboru řízení projektů
Kontaktní osoba:	Organizátor: Mgr. Zuzana Janková Administrátor: Ing. Jana Jandová
Tel.:	Organizátor: 221 922 629 Administrátor: 221 922 760
E-mail:	Organizátor: zuzana.jankova@mpsv.cz Administrátor: jana.jandova@mpsv.cz
Datum:	27. 07. 2015
Podpis osoby oprávněné zastupovat zadavatele:	MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY Na Poříčním právu 1 128 01 Praha 2 (69)

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

CMS	Content Management System – software pro správu dokumentů na webu
CSS	Cascading Style Sheets – Kaskádové styly – jazyk pro popis způsobu zobrazení elementů na stránkách
ESF ČR	Evropský sociální fond v ČR
JPEG	(Joint Photographic Experts Group) – formát pro ukládání a přenášení fotografií
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
OP LZZ	Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost
PDF	Portable Document Format
PPC	Pay Per Click - Platba za kliknutí, jeden z nástrojů internetové reklamy
PSD	Photoshop document
RGB	barevné spektrum pro obrazovku (Red, Green, Blue)
ROI	Return On Investments
SEO	Search Engine Optimization – optimalizace pro vyhledávače

1. PODROBNÉ POŽADAVKY ZADAVATELE NA PŘEDMĚT ZAKÁZKY

Předmětem plnění této veřejné zakázky malého rozsahu jsou služby spočívající v zajištění **realizace informační kampaně s názvem „Buďme profi!"** v rámci projektu Systémová podpora profesionálního výkonu sociální práce.

Název kampaně vychází z celkového konceptu projektu. Jedná se o snahu podpořit profesionalizaci sociální práce. Cílem je ukázat sociálního pracovníka jako profesionála, který nezapadá do stereotypů, jež veřejnosti většinou předkládají nedostatečně informovaná média. Snahou kampaně a celého projektu je dodat samotným sociálním pracovníkům, kromě přístupu ke vzdělávání a možnosti podílet se na formování statusu své profese, také sebevědomí k prezentaci své odborné práce a k definování sebe sama v rámci společenství, v němž žije a pracuje.

Informační kampaň „Buďme profi!" zde funguje jako výzva k utváření profese a ke zlepšování kvality práce sociálních pracovníků. Motto „Buďme profi!" by mělo být motivací k profesionalizaci a k definici sociální práce jako svébytné profese, která je uznávaná v rámci společnosti. Konečnou snahou je dosáhnout jasného vědomí specifičnosti sociální práce v každodenním myšlení odborné i laické veřejnosti.

Cílová skupina kampaně

Cílovou skupinou projektu a kampaně „Buďme profi!" jsou sociální pracovníci vykonávající svou činnost na území celé České republiky, mimo hl. město Prahu.

Předpokládaný dopad kampaně na cílovou skupinu

Předpokládá se, že v návaznosti na informační kampaň budou sociální pracovníci dostatečně informováni o možnostech svého profesního růstu, že si budou vědomi svých vlastních možností a kompetencí, a že, jako profesní komunita, budou mít zájem podílet se na diskusích týkajících se jejich oboru.

Dalším bodem, k němuž je třeba směřovat, je zlepšení všeobecného povědomí o sociální práci a medializace této profese, především mezi sociálními pracovníky.

Tato veřejná zakázka je rozdělena na čtyři části A - D:

A. **Grafický design publikací a letáků včetně jejich tisku a grafický design webových stránek**

B. **Vytvoření webové stránky kampaně**

C. **Propagační videospot kampaně**

D. **Realizace PPC kampaně**

Uchazeč je oprávněn podat nabídku na kteroukoliv část veřejné zakázky nebo i na více částí současně. Na každou část veřejné zakázky bude uzavřena samostatná smlouva. Z nabídky musí vždy zřetelně vyplývat, které části veřejné zakázky se nabídka týká. **Uchazeč musí podat nabídky v samostatné obálce pro jednotlivé části veřejné zakázky**.

Informace a údaje uvedené v jednotlivých částech této Výzvy vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky, resp. jednotlivých částí veřejné zakázky. Tyto požadavky je uchazeč povinen respektovat v plném rozsahu při zpracování své nabídky či nabídek.

Není-li uvedeno jinak platí, že zadávací podmínky platí pro všechny části předmětu plnění veřejné zakázky shodně.

1.1. Část A - Grafický design publikací a letáků včetně jejich tisku a grafický design webových stránek

VYMEZENÍ PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:

Předmětem plnění této části veřejné zakázky je zpracování grafického designu letáků, publikací a webových stránek pro potřeby prezentace kampaně. Grafický design materiálů musí respektovat vizuální identitu, která je již v kampani nastavena a cíleně z ní vycházet. Podklady výchozí identity předá dodavateli zadavatel v příslušných formátech a velikostech.

Zpracování materiálů má zaručit pozitivní image kampaně a projektu jako celku a napomáhat posílení sebeidentifikace sociálních pracovníků.

Součástí předmětu plnění je i zajištění tisku a distribuce vytvořených materiálů (letáků, Sešitů sociální práce).

VÝSTUPY PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:

Výstupem této části veřejné zakázky musí být grafický design publikací, letáků a webových stránek který je definován konkrétními body předmětu plnění (viz níže), který vychází z již nastaveného vizuálního stylu kampaně.

Body předmětu plnění:

1. Grafický design a tisk publikací - Sešitů sociální práce
2. Grafický design, tisk a distribuce letáků „Buďme profi!" – formát DL
3. Grafický design webových stránek projektu

Přesná specifikace předmětu plnění Části A je popsána v Příloze č. 1a této Výzvy.

1.2. Část B - Vytvoření webové stránky kampaně

VYMEZENÍ PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:

Předmětem plnění této části veřejné zakázky je vytvoření webové stránky, a to na základě grafického návrhu, jehož zpracování bude součástí Části A této veřejné zakázky.

Vytvořená webová stránka bude on-line médiem o sociální práci, které bude obsahovat novinky a aktuality nejen z oblasti sociální práce, ale i sféry sociálních služeb a dalších odvětví, kde je sociální práce realizována, a informace užitečné pro odbornou i laickou veřejnost, poskytovatele sociálních služeb, jejich zřizovatele i další organizace a instituce, které působí v sociální oblasti.
Webové stránky budou určeny pro sociální pracovníky z různých oblastí působení a budou zřízeny za účelem:

a) sdílení informací v rámci oboru, mezi jednotlivými oblastmi sociální práce
b) poskytnutí přehledu o aktuálním dění, vč. např. legislativních změn
c) zprostředkování průběžného vzdělávání a kontaktu s odbornými informacemi
d) působení na zvýšení prestiže práce sociálních pracovníků a uvědomění si důležitosti této činnosti v rámci společnosti

VÝSTUPY PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:
Výstupem této části veřejné zakázky bude webová stránka kampaně „Buďme profi!". Technické zpracování musí respektovat grafický návrh zpracovaný v Části A této veřejné zakázky, změny oproti grafickému layoutu by měly být minimální, spíše obsahové a po dohodě se zadavatelem.
Webová stránka bude po ukončení testovacího provozu na základě písemného protokolu předána do správy zadavatele.

Přesná specifikace předmětu plnění části B (vč. požadavků na technické parametry a pokyny pro předání webové stránky do správy zadavatele), je popsána v Příloze č. 1b této Výzvy.

1.3. Část C - Propagační videospot kampaně

VYMEZENÍ PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:
Předmětem plnění této části veřejné zakázky je zajištění služeb za účelem vytvoření propagačního videospotu kampaně „Buďmě profi!". Tento vytvořený videospot musí atraktivním způsobem poukázat na širokou škálu oborů, v nichž sociální pracovníci vykonávají svoji činnost. Cílem je podpořit pozitivní prezentaci sociální práce a současně podpořit sebeidentifikaci sociálních pracovníků s jejich profesí. Za tímto účelem budou k zapojení se do tvorby videospotu vyzváni sociální pracovníci z řad cílové skupiny projektu.

VÝSTUPY PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:
Výstupem této části veřejné zakázky bude krátké propagační video zpracované za účelem výzvy cílové skupině k zapojení se do akce a následně samotný videospot k propagaci kampaně „Buďme profi!", vytvořený za použití vybraných krátkých videí od účastníků z cílové skupiny. Pro autory čtyř nejlepších videí dále bude zajištěna odborná konzultace v oblasti medializace aktivit jejich organizace a zpracovaná doporučení v této oblasti.

Přesná specifikace předmětu plnění Části C a požadovaných výstupů je popsána v Příloze č. 1c této Výzvy.

1.4. Část D - Realizace PPC kampaně

VYMEZENÍ PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:
Pro zajištění maximálního dopadu informační kampaně „Buďme profi!" na cílovou skupinu projektu bude její on-line část podpořena tzv. Pay Per Click (dále také zkráceně PPC) reklamou. Tato reklama má za úkol přivést na web kampaně a sociální sítě Facebook a Twitter větší počet relevantních zájemců o dané téma.

PPC kampaň bude probíhat v rozsahu 90 dnů. Použité budou aplikace: Google Adwords, Seznam Sklik, Facebook Ads a Twitter Ads. Na sociálních sítích se bude reklama zaměřovat na propagaci samotné stránky, která je na nich vytvořena, a na nasměrování návštěvníků na web kampaně „Buďme profi!".

VÝSTUPY PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:
Výstupem předmětu plnění této části veřejné zakázky bude návrh strategie na realizaci PPC kampaně a její následné zrealizování. Po ukončení PPC kampaně vybraný uchazeč vypracuje závěrečnou zprávu se zhodnocením průběhu a dopadu PPC kampaně.

Přesná specifikace předmětu plnění Části D je popsána v Příloze č. 1d této Výzvy.

1.5. MÍSTO A DOBA PLNĚNÍ

Místo plnění:

Zadavatel nestanoví konkrétní místo plnění zakázky. Vybraný uchazeč je povinen předat veškeré hmotné výstupy plnění na kontaktní adrese zadavatele, tj. na adrese Na Poříčním právu 1/376, 128 01 Praha 2.

Doba plnění:

Předpokládané zahájení plnění – část A.:	specifikováno pro část A. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „A"
Požadované ukončení celého plnění – část A.:	specifikováno pro část A. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „A"
Předpokládané zahájení plnění – část B.:	specifikováno pro část B. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „B"
Požadované ukončení celého plnění – část B.:	specifikováno pro část B. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „B"
Předpokládané zahájení plnění – část C.:	specifikováno pro část C. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „C"
Požadované ukončení celého plnění – část C.:	specifikováno pro část C. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „C"
Předpokládané zahájení plnění – část D.:	specifikováno pro část D. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „D"
Požadované ukončení celého plnění – část D.:	specifikováno pro část D. v Příloze č. 4 této Výzvy, list „D"

1.6. FINANČNÍ LIMIT ZAKÁZKY

1.3.1. Finanční prostředky zadavatele vyčleněné v souvislosti s předmětem plnění zakázky nepřesahují následující částky:

Část A:	**329 000,- Kč bez DPH**
Část B:	**150 000,- Kč bez DPH**
Část C:	**198 000,- Kč bez DPH**
Část D:	**43 000,- Kč bez DPH**

Částky za část A, část B ,část C a část D představují současně **předpokládanou hodnotu zakázky** a jsou stanoveny jako částky maximálně přípustné.

1.3.2. Nabídková cena na realizaci dané části zakázky nesmí tyto částky překročit.

1.3.3. Překročení výše uvedeného finančního limitu bude považováno za nesplnění podmínek tohoto zadávacího řízení a bude mít za následek vyřazení nabídky a vyloučení uchazeče z účasti v zadávacím řízení.

2. DALŠÍ POŽADAVKY ZADAVATELE

2.1. POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

2.1.1. Uchazeč ve své nabídce stanoví nabídkovou cenu celou částkou za celý předmět plnění té části zakázky, na kterou podává nabídku, a to na základě ocenění jednotlivých položek uvedených v tabulce Přílohy č. 3 této Výzvy – Položkový rozpočet.

2.1.2. Předmět plnění zakázky je spolufinancován z prostředků Evropského sociálního fondu v rámci Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost (Projekt: *„Systémová podpora profesionálního výkonu sociální práce"* reg. č. CZ.1.04/3.1.00/04.00015), a proto celková nabídková cena v Kč bez DPH za plnění předmětu této zakázky nesmí překročit částku **329 000,- Kč bez DPH v Části A, 150 000,- Kč bez DPH v Části B., částku 198 000,- Kč bez DPH v části C. a 43 000,- Kč bez DPH v části D.**

2.1.3. Nabídková cena musí být v nabídce uvedena jako celková cena (hodnota) předmětu zakázky v **Kč bez DPH, i s DPH. Výše DPH** musí být vyčíslena zvlášť.

2.1.4. Nabídková cena musí být uvedena v českých korunách.

2.1.5. V celkové nabídkové ceně pro danou část veřejné zakázky a v nabídkových cenách za jednotlivé položky uvedené v tabulce Přílohy č. 3 této Výzvy musí být obsaženy veškeré práce a činnosti potřebné pro řádné splnění zakázky.

2.2. ZÁVAZNÉ OBCHODNÍ A PLATEBNÍ PODMÍNKY

2.2.1 Závazné obchodní a platební podmínky jsou vymezeny v návrhu smlouvy (samostatný pro každou část veřejné zakázky), který tvoří Přílohu č. 2 této Výzvy – *Návrh smlouvy (závazný vzor).*

2.2.2 Uchazeč je povinen předložit v nabídce návrh smlouvy, a to na celý předmět plnění zakázky dané části veřejné zakázky. K tomuto účelu využije návrh smlouvy (závazný vzor), který je Přílohou č. 2 této Výzvy, a který obsahuje i závazné obchodní a platební podmínky.

2.2.3 Uchazeč není oprávněn činit změny či doplnění vzorového návrhu smlouvy, vyjma údajů, u nichž vyplývá z jejich obsahu povinnost doplnění (vynechaná místa označená žlutě). V případě nabídky podávané společně několika dodavateli je uchazeč oprávněn upravit návrh smlouvy nad rámec předchozí věty pouze s ohledem na tuto skutečnost.

2.2.4 **Návrh smlouvy musí být ze strany uchazeče podepsán osobou oprávněnou zastupovat uchazeče (statutárním orgánem nebo osobou k tomu statutárním orgánem zmocněnou v souladu se způsobem zastupování uchazeče). V případě zmocnění je vhodné, aby součástí nabídky uchazeče byla platná plná moc.**

2.3. OSTATNÍ POŽADAVKY ZADAVATELE

2.3.1. Uchazeč musí zpracovat nabídku na kompletní zajištění předmětu plnění zakázky pro danou část, na kterou podává nabídku.

2.3.2. Varianty nabídky se nepřipouští.

2.3.3. **Subdodavatelé:**

Uchazeč je ve své nabídce povinen specifikovat případné **subdodavatele.**

Pokud se uchazeč rozhodne využít k plnění zakázky subdodavatele/subdodavatelů, musí specifikovat tu část či části zakázky, které má v úmyslu tímto způsobem zajistit.

Uchazeč, který podal nabídku v tomto zadávacím řízení, nesmí být současně subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný uchazeč v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci, jinak bude zadavatelem vyloučen z účasti v zadávacím řízení. Uchazeč, který nepodal nabídku v tomto zadávacím řízení, může být subdodavatelem více uchazečů v tomto zadávacím řízení. Změna v osobě subdodavatele je podmíněna souhlasem zadavatele.

Vzor čestného prohlášení k subdodavatelskému systému tvoří Přílohu č. 7 této Výzvy – *Seznam subdodavatelů (vzor).*

2.3.4. **Společná nabídka více dodavatelů:**

Nabídka může být podána více dodavateli společně.

V takovém případě musí být v nabídce doložena smlouva uzavřené mezi dodavateli, kteří podávají společnou nabídku, ve které musí být obsažen závazek, že všichni tito dodavatelé budou vůči veřejnému zadavateli a třetím osobám z jakýchkoliv právních vztahů vzniklých v souvislosti s předmětnou zakázkou zavázáni společně a nerozdílně, a to po celou dobu plnění zakázky, i po dobu trvání jiných závazků vyplývajících ze zakázky, a dále musí být v nabídce uvedeno, který z dodavatelů bude vystupovat jménem všech dodavatelů (uchazeče).

2.3.5. **Zadávací lhůta**

Uchazeči jsou svou nabídkou vázáni po dobu 60 kalendářních dnů ode dne uplynutí lhůty pro podání nabídek.

3. POŽADAVKY NA PROKÁZÁNÍ SPLNĚNÍ KVALIFIKACE

3.1. ZÁKLADNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

Splnění základních kvalifikačních předpokladů bude prokázáno doložením čestného prohlášení, kterým uchazeč prohlašuje, že

a) nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin spáchaný ve prospěch organizované zločinecké skupiny, trestný čin účasti na organizované zločinecké skupině, legalizace výnosů z trestné činnosti, podílnictví, přijetí úplatku, podplacení, nepřímého úplatkářství, podvodu, úvěrového podvodu, včetně případů, kdy jde o přípravu nebo pokus nebo účastenství na takovém trestném činu, nebo došlo k zahlazení odsouzení za spáchání takového trestného činu

b) nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání dodavatele podle zvláštních právních předpisů nebo došlo k zahlazení odsouzení za spáchání takového trestného činu

c) v posledních 3 letech nenaplnil skutkovou podstatu jednání nekalé soutěže formou podplácení

d) vůči jeho majetku neprobíhá nebo v posledních 3 letech neproběhlo insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku nebo insolvenční návrh nebyl zamítnut proto, že majetek nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení, nebo nebyl konkurs zrušen proto, že majetek byl zcela nepostačující nebo zavedena nucená správa podle zvláštních právních předpisů

e) není v likvidaci

f) nemá v evidenci daní zachyceny daňové nedoplatky, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště dodavatele

g) nemá nedoplatek na pojistném a na penále na veřejné zdravotní pojištění, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště dodavatele

h) nemá nedoplatek na pojistném a na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště dodavatele

i) [1]

j) není veden v rejstříku osob se zákazem plnění veřejných zakázek

k) nebyla mu v posledních 3 letech pravomocně uložena pokuta za umožnění výkonu nelegální práce podle zvláštního právního předpisu

Uchazeč prokazuje splnění základních kvalifikačních předpokladů předložením čestného prohlášení. Vzor čestného prohlášení o splnění základních kvalifikačních předpokladů zadavatel poskytuje jako Přílohu č. 6 této Výzvy - *Čestné prohlášení o splnění základních kvalifikačních předpokladů (vzor).*

3.2. PROFESNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

Splnění profesních kvalifikačních předpokladů bude prokázáno doložením:

a) **kopie výpisu z obchodního rejstříku** nebo jiné evidence, pokud je v ní uchazeč zapsán, ne starší 90 kalendářních dnů ke dni podání nabídky,

b) **kopie dokladu o oprávnění k podnikání** podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci.

Výše uvedené doklady lze nahradit kopií výpisu ze **Seznamu kvalifikovaných dodavatelů** v tom rozsahu, v jakém doklady prokazující splnění základních a profesních kvalifikačních předpokladů pokrývají požadavky zadavatele na prokázání splnění základních a profesních kvalifikačních předpokladů.

[1] Není požadováno

3.3. TECHNICKÉ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

Splnění technických kvalifikačních předpokladů dodavatel prokáže doložením:

a) **seznamu alespoň 3[2] služeb** obdobného charakteru a rozsahu poskytnutých uchazečem v posledních 3 letech ve formě čestného prohlášení v následující struktuře:

- název, IČ a sídlo objednatele služby, kontaktní osoba objednatele s uvedením telefonu nebo e-mailu,
- název služby a popis poskytované služby,
- celkový rozsah plnění (ve finančním vyjádření v Kč bez DPH),
- doba a místo poskytování služby.

Službou obdobného charakteru a rozsahu se **pro Část A.** rozumí služba, jejímž předmětem bylo **zpracování grafického designu publikací a grafického designu webových stránek**, a to v minimální finanční hodnotě **150 000,-** Kč bez DPH za každou jednotlivou službu.

Službou obdobného charakteru a rozsahu **pro Část B.** se rozumí služba, jejímž předmětem bylo **vytvoření (programování a kódování) webových stránek**, a to v minimální finanční hodnotě **50 000,-** Kč bez DPH za každou jednotlivou službu.

Službou obdobného charakteru a rozsahu **pro Část C.** se rozumí služba, jejímž předmětem bylo **vytvoření propagačního videospotu**, a to v minimální finanční hodnotě **150 000,-** Kč bez DPH za každou jednotlivou službu.

Službou obdobného charakteru a rozsahu **pro Část D.** se rozumí služba, jejímž předmětem bylo **realizace PPC kampaně**, a to v minimální finanční hodnotě **40 000,-** Kč bez DPH za každou jednotlivou službu.

Seznam významných služeb obdobného charakteru a rozsahu musí mít formu **čestného prohlášení uchazeče**. K seznamu musí být přiloženy **kopie osvědčení objednatelů** těchto významných služeb či případně smlouvy uzavření s objednateli a doklady u o uskutečnění plnění ze strany uchazeče - např. předávací protokol (analogicky k § 56 odst. 2 písm. a) zákona).

Z osvědčení objednatelů či smluv a dokladů o uskutečnění plnění (analogicky k § 56 odst. 2 písm. a) zákona) i seznamu významných služeb musí jednoznačně vyplývat, že uchazeč splňuje daný technický kvalifikační předpoklad.

b) **dokumentů prokazujících odborné zajištění veřejné zakázky**

Uchazeč splňuje tento technický kvalifikační předpoklad, pokud má k dispozici minimálně 1 osobu podílející se na realizaci veřejné zakázky (garanta veřejné zakázky) splňující následující požadavky:

Část A - 3 roky prokazatelné profesní praxe v oblasti grafického designu

Část B - 3 roky prokazatelné profesní praxe v oblasti tvorby webu a programování

Část C - 3 roky prokazatelné profesní praxe v oblasti tvorby krátkých propagačních videí

Část D - 3 roky prokazatelné profesní praxe v oblasti vedení on-line kampaní

K prokázání splnění tohoto technického kvalifikačního předpokladu uchazeč předloží profesní životopis garanta veřejné zakázky - jím podepsaný, z nějž bude vyplývat splnění výše uvedeného požadavku zadavatele.

[2] Vždy pro každou část

Profesní životopis musí obsahovat minimálně následující:

- osobní informace (jméno a příjmení garanta veřejné zakázky, kontakt),
- přehled profesní praxe vztahující se k plnění této veřejné zakázky (období, název a adresa zaměstnavatele, dosažená pozice, popis pracovní náplně),
- datum a vlastnoruční podpis garanta.

Všechny doklady postačí předložit v prosté kopii.

3.4. Lhůta pro prokázání kvalifikace

Uchazeč prokazuje splnění kvalifikace ve lhůtě pro podání nabídek, doklady k prokázání splnění kvalifikace musí být součástí nabídky. Zadavatel je oprávněn žádat objasnění kvalifikace či předložení dalších informací a dokladů k prokázání splnění kvalifikace.

3.5. Neprokázání kvalifikace

Pokud uchazeč ve své nabídce neprokáže splnění kvalifikace stanoveným způsobem, nebude jeho nabídka dále posuzována a hodnocena.

4. KRITÉRIA PRO HODNOCENÍ NABÍDEK

4.1. Kritéria pro hodnocení nabídek - Část A

Základním hodnotícím kritériem pro zadání Části A veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**. Předmětem hodnocení jsou následující dílčí hodnotící kritéria:

Kritérium		Váha %
A)	Nabídková cena v Kč bez DPH	60
B)	Kvalita nabídky	40

A) V případě hodnocení nabídek podle dílčího hodnotícího kritéria ***„Nabídková cena v Kč bez DPH"***, které je číselně vyjádřitelné, získá hodnocená nabídka bodovou hodnotu dle vzorce:

$$100 \times \frac{\textbf{nejvýhodnější nabídka, tj. nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH}}{\textbf{nabídková cena v Kč bez DPH hodnocené nabídky}}$$

kde hodnocenou cenou je celková nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH.

Způsob zpracování nabídkové ceny viz kapitola 2.1 této Výzvy.

B) V případě hodnocení nabídek podle kritéria ***„Kvalita nabídky"***, které nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnotící komise pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvýhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto dílčího kritéria ve vztahu k nejvýhodnější nabídce.

$$100 \times \frac{\text{hodnota hodnocené nabídky}}{\text{hodnota nejvýhodnější nabídky, tzn. nejvyšší hodnota}}$$

Pro účely hodnocení dílčího hodnotícího kritéria B. Kvalita nabídky uchazeč v nabídce předloží návrh letáku formátu DL a návrh obálky a jednoho vnitřního dvoulistu Sešitů sociální práce.

Specifikace předložených návrhů pro účely hodnocení:

1. Návrh letáku kampaně „Buďme profi"
   - 1. strana letáku: grafika projektu a kampaně vycházející z nastaveného vizuálního stylu
   - zahrnutí loga MPSV, povinné minimum publicity OPLZZ
   - 2. strana letáku: zpracování příkladu dobré praxe (text, foto, grafika)
   - odůvodnění pro použité komponenty
   - adjustace na A4, formát PDF, tištěná i elektronická verze

2. Návrh obálky a jednoho vnitřního dvoulistu Sešitů sociální práce
   - adjustace na A4, formát PDF, tištěná i elektronická verze
   - Obálka: formát 2 x A5, barevně (název, vydání, vydavatel – MPSV, téma, tiráž)
   - Vnitřní dvoulist: formát 2 x A5, černobíle (text, foto)
   - odůvodnění pro použité komponenty
   - zahrnutí loga MPSV, povinné minimum publicity OPLZZ

V rámci tohoto dílčího kritéria bude zadavatel hodnotit navrhovaný přístup k řešení předmětu plnění této veřejné zakázky, tj. jakým způsobem bude zpracován požadovaný výstup, dle bodu 1.1 této zadávací dokumentace. Kritéria pro hodnocení kvality předložené nabídky jsou následující:

1) ***Identifikační kritéria*** - lépe bude hodnocena především nezaměnitelnost designu výstupů, jestli použitá grafika není už někde používána, pokud ano, tak jestli je používána v příbuzném oboru, nebo jestli není jakýkoli důvod (zákon, registrace aj.), který by bránil tomu, aby byl design použit pro účely zadavatele. Lépe hodnocena bude také snadná rozpoznatelnost grafického zpracování od podobných grafik v oboru, dále to, zda je zpracování dostatečně výrazné a není příliš těžké si jej zapamatovat. Dalším kritériem je nápaditost, tedy lépe bude hodnoceno to, zda má grafický design nápad, který je zřejmý a pochopitelný všem. Zároveň bude přihlíženo k tomu, jestli zpracování neobsahuje nějaké módní výstřelky, které v blízké budoucnosti ztratí svoji platnost, jestli jsou všechny prvky, jež grafický design obsahuje, čitelné ve všech možných velikostech a jestli není možné některý prvek interpretovat více způsoby. Dále je důležité, aby nebylo možné design vykládat zavádějícím způsobem zjm. pro různé sociální skupiny, etnika apod.

2) ***Sémantická (významová) kritéria*** – hodnocena bude srozumitelnost grafického designu, tedy jestli může publikum porozumět poselství zpracování a to, jestli má design stejný výklad ve všech věkových, regionálních a etnických skupinách. Dále bude lépe hodnoceno, jestli je grafický design v souladu s poselstvím zadavatelské organizace, jestli není užito prvků, které jsou spojovány s jiným odvětvím. Dalším kritériem je, aby zpracované materiály neměly negativní emotivní charakter. Zároveň musí být co nejodolnější proti vandalismu či zneužití. V materiálech nesmí být viděno něco, co tam být nemá.

3) ***Estetická kritéria*** - hodnocena bude kvalita výtvarné stylizace, tedy lépe bude hodnoceno to, jestli grafický design působí výtvarně čistým dojmem, jestli není až banálně jednoduchý či naopak vizuálně příliš složitý. Dále se bude hodnotit významová hodnota použité barevnosti, jestli není zvolená barevnost určitým způsobem zavádějící nebo nevyvolává nevhodnou asociaci. Zároveň je

důležité, aby písmo použité v grafickém designu nebylo nevhodné vzhledem k oboru zadavatele, aby neneslo skryté odkazy doby, ve které vzniklo (pokud jsou nežádoucí) a nebylo svou mírou stylizace v rozporu se zbytkem obsahu a zároveň aby bylo v souladu s vizuálním stylem kampaně.

Všem třem kritériím bude hodnotící komise přikládat stejnou míru důležitosti.

CELKOVÉ HODNOCENÍ (A+B)

Celkové hodnocení nabídek provede hodnotící komise sečtením dosažených bodových hodnot za kritérium A i B. Takto získané hodnoty hodnotící komise sečte pro každou nabídku a stanoví pořadí úspěšnosti uchazečů, přičemž jako ekonomicky nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka, která dosáhne nejvyšší bodové hodnoty.

4.2. Kritéria pro hodnocení nabídek - Část B

Základním hodnotícím kritériem pro zadání **Části B** veřejné zakázky je **nejnižší nabídková cena.**

V případě hodnocení nabídek podle základního hodnotícího kritéria nejnižší nabídkové ceny provede hodnotící komise hodnocení nabídek podle výše nabídkových cen jednotlivých uchazečů tak, že sestaví pořadí uchazečů od prvého k poslednímu dle výše nabídkové ceny v Kč bez DPH, nejvýhodnější nabídkou je pak ta s nejnižší nabídkovou cenou v Kč bez DPH.

4.3. Kritéria pro hodnocení nabídek - Část C

Základním hodnotícím kritériem pro zadání Části C veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**. Předmětem hodnocení jsou následující dílčí hodnotící kritéria:

	Kritérium	Váha %
A)	Nabídková cena v Kč bez DPH	60
B)	Kvalita nabídky	40

A) V případě hodnocení nabídek podle dílčího hodnotícího kritéria ***„Nabídková cena v Kč bez DPH"***, které je číselně vyjádřitelné, získá hodnocená nabídka bodovou hodnotu dle vzorce:

$$100 \times \frac{\textbf{nejvýhodnější nabídka, tj. nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH}}{\textbf{nabídková cena v Kč bez DPH hodnocené nabídky}}$$

kde hodnocenou cenou je celková nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH.

Způsob zpracování nabídkové ceny viz kapitola 2.1 této Výzvy.

B) V případě hodnocení nabídek podle kritéria ***„Kvalita nabídky"***, které nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnotící komise pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvýhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto dílčího kritéria ve vztahu k nejvýhodnější nabídce.

$$100 \times \frac{\textbf{hodnota hodnocené nabídky}}{\textbf{hodnota nejvýhodnější nabídky, tzn. nejvyšší hodnota}}$$

Pro účely hodnocení dílčího hodnotícího kritéria B. Kvalita nabídky každý uchazeč v nabídce předloží **1 návrh řešení krátkého propagačního videa.** Tento návrh bude hodnocen v porovnání s návrhy ostatních uchazečů podle níže uvedených hodnotících kritérií.

Návrh uchazeč zpracuje ve formě storyboardu, přičemž ze storyboardu musí být patrný scénář propagačního videa, návrh grafického zpracování a dalších náležitostí (viz níže). Uchazeč musí při navrhování kalkulovat se stopáží krátkého propagačního videa (max. 1 min.) a také s tím, že výsledný videospot bude vizuálně navazovat na propagační video.

Storyboardem se v tomto případě rozumí sada rámečků s obrazovým materiálem, doplněná texty. Jeho účelem je popsat způsob, jakým scéna pracuje. Součástí storyboardů musí být stručný popis obrázků, aby měl zadavatel ucelenou představu o zamýšleném konceptu.

Návrhy videospotů musí obsahovat:

- skicu obrazových částí krátkého propagačního videa
- doplňující stručný popis obsahu propagačního videa (použité texty, barevnost, popis záběru, použité technologie, atd.)
- popis hudebního podkladu, který bude video doprovázet
- adjustace na A4, dodání v tištěné i elektronické podobě ve formátu PDF, maximální rozsah 6 stran A4 na jeden storyboard

V rámci tohoto dílčího kritéria bude zadavatel hodnotit navrhovaný přístup k řešení předmětu plnění této veřejné zakázky, tj. jakým způsobem bude zpracován požadovaný výstup, dle bodu 1.1 této zadávací dokumentace. Kritéria pro hodnocení kvality předložené nabídky jsou následující:

1) ***Identifikační kritéria*** – lépe bude hodnocena především nezaměnitelnost designu výstupů, jestli vizuální zpracování nekopíruje již někde jinde použitou podobu, nebo jestli není jakýkoli důvod (zákon, registrace aj.), který by bránil tomu, aby byl design použit pro účely zadavatele. Lépe hodnoceno bude také to, zda je zpracování dostatečně výrazné a není příliš těžké si jej zapamatovat. Dalším kritériem je nápaditost, tedy to, zda má zpracování videa nápad, který je zřejmý a pochopitelný všem. Zároveň bude přihlíženo k tomu, jestli zpracování neobsahuje nějaké módní výstřelky, které v blízké budoucnosti ztratí svoji platnost a jestli není možné některý prvek interpretovat více způsoby. Dále je důležité, aby nebylo možné video vykládat zavádějícím způsobem, zjm. pro různé sociální skupiny, etnika apod. Důležitým kritériem je také to, jestli vizuální zpracování videa dostatečně vychází z vizuálního stylu kampaně a odkazuje tak na její ostatní součásti.

2) ***Sémantická (významová) kritéria*** – hodnocena bude srozumitelnost videa, tedy jestli může publikum porozumět poselství zpracování a to, jestli má výstup stejný výklad ve všech věkových, regionálních a etnických skupinách. Dále bude lépe hodnoceno to, jestli je video v souladu s poselstvím zadavatelské organizace, jestli není užito prvků, které jsou spojovány s jiným odvětvím. Dalším kritériem je, aby zpracované výstupy neměly negativní emotivní charakter. Zároveň musí být co nejodolnější proti vandalismu či zneužití. Ve videu nesmí být viděno něco, co tam být nemá.

3) ***Estetická kritéria*** - v této kategorii bude hodnocena kvalita výtvarné stylizace, tedy to, jestli video působí výtvarně čistým dojmem, jestli není až banálně jednoduché či naopak vizuálně příliš složité. Dále se bude hodnotit významová hodnota použité barevnosti, jestli není zvolená barevnost určitým způsobem zavádějící nebo nevyvolává nevhodnou asociaci. Zároveň je důležité, aby písmo použité ve videu bylo v souladu s vizuálním stylem kampaně.

4) ***Technologická kritéria*** – bude hodnoceno, zda jsou obsah a sdělení videa snadno identifikovatelné a to zejména pro celou cílovou skupinu. Dalším kritériem bude vhodnost načasování po sobě jdoucích sdělení tak, aby dohromady dávala logický a srozumitelný celek a informace, které příjemce získá nebyly žádným způsobem matoucí či zavádějící.

Všem čtyřem kritériím bude hodnotící komise přikládat stejnou míru důležitosti.

CELKOVÉ HODNOCENÍ (A+B)

Celkové hodnocení nabídek provede hodnotící komise sečtením dosažených bodových hodnot za kritérium A i B. Takto získané hodnoty hodnotící komise sečte pro každou nabídku a stanoví pořadí úspěšnosti uchazečů, přičemž jako ekonomicky nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka, která dosáhne nejvyšší bodové hodnoty.

4.4. Kritéria pro hodnocení nabídek - Část D

Základním hodnotícím kritériem pro zadání Části D veřejné zakázky je **nejnižší nabídková cena.**

V případě hodnocení nabídek podle základního hodnotícího kritéria nejnižší nabídkové ceny provede hodnotící komise hodnocení nabídek podle výše nabídkových cen jednotlivých uchazečů tak, že sestaví pořadí uchazečů od prvého k poslednímu dle výše nabídkové ceny v Kč bez DPH, nejvýhodnější nabídkou je pak ta s nejnižší nabídkovou cenou v Kč bez DPH.

5. LHŮTA PRO DORUČENÍ NABÍDKY

5.1. Nabídka musí být doručena osobně nebo prostřednictvím držitele poštovní licence do podatelny[3] MPSV na adresu:

Česká republika - Ministerstvo práce a sociálních věcí

Na Poříčním právu 1/376

128 01 Praha 2

5.2. **Lhůta pro podání nabídek končí dne 11. 8. 2015 v 10:00 hod.**

5.3. Při podání nabídek poštou nebo jiným veřejným přepravcem se za okamžik podání nabídek považuje jejich fyzické převzetí podatelnou MPSV na adrese výše uvedené.

5.4. Nabídky doručené zadavateli po uplynutí lhůty pro podání nebudou hodnoceny. Opožděně podané nabídky zadavatel nevrací a ponechává je přiložené k dokumentaci zakázky.

[3] **Provozní doba podatelny MPSV** (vyjma dnů pracovního klidu)
7.^{30} - 17.^{00} hod. - pondělí a středa
7.^{30} - 16.^{15} hod. - úterý a čtvrtek
7.^{30} - 15.^{00} hod. - pátek

6. POKYNY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY A ZPŮSOB PODÁNÍ NABÍDKY

6.1. Nabídka se předkládá v listinné podobě v uzavřené obálce. Obálka s nabídkou musí být označena **názvem zakázky a částí zakázky (A, B, C nebo D)**, označením adresáta (zadavatele) a označením odesílatele (uchazeče) včetně jeho adresy.

6.2. Obálka s nabídkou musí být zabezpečena proti předčasnému otevření a musí být opatřena zřetelným nápisem:

VEŘEJNÁ ZAKÁZKA
„Zajištění realizace informační kampaně s názvem ‚Buďme profi!' – část A, B, C nebo D"
NABÍDKA – NEOTEVÍRAT

6.3. Nabídka musí být zpracována písemně v českém jazyce.

6.4. Nabídka nesmí obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.

6.5. Za účelem efektivní kontroly nabídek při otevírání obálek s nabídkami a následně při posouzení a hodnocení nabídek je vhodné, aby uchazeč předložil nabídku ve 2 vyhotoveních (tj. 1 originál a 1 kopie). Za účelem odlišení originálu nabídky uchazeč originál nabídky označí jako „Originál" a kopii jako „Kopie". Současně uchazeč přiloží jako součást nabídky veškeré textové a tabulkové části nabídky (s výjimkou úředních dokladů) v elektronické formě na vhodném médiu (nejlépe CD) ve formátech .doc, .xls, .pdf, nebo .html (smlouva vždy též ve formátu .doc). Elektronická forma a obsah nabídky musí být v plné shodě s listinnou formou nabídky.

6.6. Za originál nabídky bude považována pouze listinná forma nabídek označená jako „Originál".

6.7. Všechny listy nabídky budou číslovány nepřerušovanou vzestupnou řadou čísel a musí být spojeny způsobem, který zabraňuje nežádoucí manipulaci s nimi (jedná se o doporučení zadavatele, tzn., nesplnění daného požadavku nebude mít za následek vyřazení nabídky).

6.8. **Obsahové náležitosti nabídky:**

- Krycí list nabídky - viz Příloha č. 5 této Výzvy – *Krycí list nabídky (vzor)*
- Doklady prokazující splnění kvalifikačních předpokladů uchazeče - viz Příloha č. 6 této Výzvy – *Čestné prohlášení o splnění základních kvalifikačních předpokladů (vzor)* + doklady dle bodu 3.2 a 3.3 této Výzvy
- Seznam subdodavatelů – viz Příloha č. 7 této Výzvy – *Seznam subdodavatelů (vzor)*
- Podepsaný návrh smlouvy – viz Příloha č. 2 této Výzvy – *Návrh smlouvy (závazný vzor) - části A, B, C a D spolu s vyplněnou přílohou č. 1 smlouvy - Položkový rozpočet* (Příloha č. 3 této Výzvy).
- Popis způsobu realizace zakázky pro účely hodnocení dílčího hodnotící kritéria B. Kvalita nabídky (pro část A a C), blíže viz kap. 4 této Výzvy. Za účelem efektivního hodnocení předloží uchazeč popis způsobu realizace zakázky v rozsahu **2 až 10 stran A4**.

7. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

7.1. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM

7.1.1. Uchazeč je oprávněn požadovat od zadavatele dodatečné informace k zadávacím podmínkám. Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám musí být doručena na adresu zadavatele: Na Poříčním právu 1/376, Praha 2, kontaktní osoba: Ing. Jana Jandová, tel: +420 221 922 760, nebo prostřednictvím e-mailové pošty na e-mail: **jana.jandova@mpsv.cz**.

7.1.2. Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám se podává zadavateli písemně nebo elektronicky a musí být doručena kontaktní osobě uvedené v předchozím bodu této Výzvy, a to nejpozději 3 kalendářní dny před uplynutím lhůty pro podání nabídek.

7.1.3. Na základě žádosti o dodatečné informace k zadávacím podmínkám doručené ve stanovené lhůtě zadavatel poskytne uchazeči dodatečné informace k zadávacím podmínkám, a to nejpozději do 3 kalendářních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek.

7.1.4. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám, včetně přesného znění žádosti zadavatel uveřejní na webových stránkách www.esfcr.cz a webových stránkách zadavatele – http://www.mpsv.cz/VerZakM_list.php. Pokud bude zadavatel poskytovat některému uchazeči i upřesňující či doplňující informace k veřejné zakázce, poskytne tytéž informace rovněž všem zadavateli známým uchazečům a uveřejní je na webových stránkách www.esfcr.cz a webových stránkách zadavatele http://www.mpsv.cz/VerZakM_list.php.

7.1.5. Zadavatel si vyhrazuje právo na změnu zadávacích podmínek i z vlastního podnětu. Změnu zadávacích podmínek zadavatel oznámí všem zadavateli známým uchazečům a uveřejní na webových stránkách www.esfcr.cz a webových stránkách zadavatele http://www.mpsv.cz/VerZakM_list.php, a to nejpozději do 3 kalendářních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek.

7.2. ZRUŠENÍ ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

7.2.1. Zadavatel si vyhrazuje právo zrušit zadávací řízení kdykoli do doby uzavření smlouvy.

7.2.2. Pokud zadavatel uplatní právo na zrušení zadávacího řízení, nevzniká uchazečům vůči zadavateli jakýkoliv nárok.

7.2.3. Případné zrušení zadávacího řízení oznámí zadavatel všem uchazečům a zrušení zdůvodní.

7.3. VYŘAZENÍ NABÍDKY

Při nesplnění zadávacích podmínek si zadavatel vyhrazuje právo nabídku uchazeče vyřadit a nezahrnout ji do hodnocení nabídek.

7.4. OSTATNÍ

7.4.1. Zadavatel nebude vracet nabídky ani jejich části uchazečům.

7.4.2. Zadavatel si vyhrazuje právo všechny předložené nabídky odmítnout.

7.4.3. Zadavatel si vyhrazuje právo ověřit skutečnosti deklarované v nabídkách před dokončením hodnocení nabídek.

7.4.4. **Otevírání obálek s nabídkami proběhne bez přítomnosti zástupců uchazečů.**

7.4.5. Všechny náklady a výdaje spojené s vypracováním a předložením nabídky nese uchazeč. Uchazeč nemá nárok na náhradu nákladů a výdajů spojených s účastí v zadávacím řízení.

Přílohy:

Příloha č. 1 – Specifikace předmětu plnění
- 1a) Specifikace předmětu plnění - Část A
- 1b) Specifikace předmětu plnění - Část B
- 1c) Specifikace předmětu plnění - Část C
- 1d) Specifikace předmětu plnění - Část D

Příloha č. 2 – Návrh smlouvy (závazný vzor)
- 2a) Návrh smlouvy (závazný vzor) - Část A
- 2b) Návrh smlouvy (závazný vzor) - Část B
- 2c) Návrh smlouvy (závazný vzor) - Část C
- 2d) Návrh smlouvy (závazný vzor) - Část D

Příloha č. 3 – Položkový rozpočet (pro všechny části zakázky)
- 3a) Položkový rozpočet - Část A
- 3b) Položkový rozpočet - Část B
- 3c) Položkový rozpočet - Část C
- 3d) Položkový rozpočet - Část D

Příloha č. 4 – Harmonogram plnění (pro všechny části zakázky)

Příloha č. 5 – Krycí list nabídky (vzor)

Příloha č. 6 – Čestné prohlášení o splnění základních kvalifikačních předpokladů (vzor)

Příloha č. 7 – Seznam subdodavatelů (vzor)