Příloha č. 1c Výzvy k podání nabídky

# Specifikace předmětu plnění – Část C:

# Propagační videospot kampaně „Buďme profi!“

Jedním z cílů projektu Systémová podpora profesionálního výkonu sociální práce je
i poukázat na širokou škálu oborů, v nichž sociální pracovníci vykonávají svou činnost (např. sociální práce na obcích, státní správa, sociálně právní ochrana dětí, sociální práce na školách, výchovné ústavy, sociální práce v nemocnicích, hospicových zařízeních, azylová zařízení pro uprchlíky, sociální práce ve věznicích, péče o válečné veterány a další). V rámci posilování profesní identifikace a seberozvoje budou sociální pracovníci osloveni, aby o své práci a pracovním prostředí natočili krátké video v maximální délce 10 sec. Nejlepší z natočených videí budou použita jako podkladový materiál pro tvorbu výsledného videospotu.

Tento videospot bude zveřejněn na nově vytvořených webových a facebookových stránkách kampaně, kanálu Youtube a promítán na akcích projektu.

## **Cíl propagačního videospotu kampaně „Buďme profi!“**

Cílem je atraktivním způsobem poukázat na širokou škálu oborů, v nichž sociální pracovníci vykonávají svoji činnost. Důležitý je zde fakt, že sociální pracovníci budou sami zapojeni do procesu tvorby videospotu, který by měl vypovídat o jimi vykonávané profesi. Otevírá se jim zde možnost prezentovat sebe a svou činnost ostatním sociálním pracovníkům, ukázat, kde všude sociální pracovníci působí, a získat benefit pro svou organizaci v podobě medializační konzultace. Mají tedy šanci sami přispět k budování image své profese.

## Předmět plnění – Rozsah a zadání tvorby videoSPOTU

1. **Krátké propagační video**

Pro oslovení sociálních pracovníků, aby o své práci a pracovním prostředí natočili krátké video, vytvoří dodavatel kratší videoklip (max. 1 min), který bude sloužit ke zveřejnění a propagaci celé akce. Bude obsahovat základní informace o kampani „Buďme profi!“, o možnosti, jak se zapojit do vytváření videospotu a kde najít podrobnosti (webové stránky kampaně).

Vyhlášení akce a informace o ní budou zajištěny přes webové stránky „Buďme profi!“, webové stránky MPSV, Helpnet, Asociaci poskytovatelů sociálních služeb ČR, Profesní komoru sociálních pracovníků, databázi kontaktů, databázi kontaktů projektu, Facebook, Twitter a LinkedIn.

Propagace prostřednictvím výše zmíněných kanálů bude probíhat ve spolupráci dodavatele se zadavatelem. Dodavatel zajistí veškerou administraci této akce, ale výběr videí pro zpracování videospotu provede dodavatel společně se zadavatelem, přičemž hlavní rozhodovací právo má zadavatel. Spolu s výsledným produktem (videospotem) předá zadavateli záznamy dokumentující průběh akce (zejména emailovou komunikaci s účastníky, veškerá obdržená videa).

**Požadavky na zpracování krátkého propagačního videa:**

* + stopáž max. 1 min
	+ základní: formát MPEG4, 16:9, minimálně 720p (1280 x 720 px), dále úprava do příslušných formátů dle využitých komunikačních kanálů
	+ musí obsahovat logo kampaně „Buďme profi!“, logo MPSV, povinnou publicitu OPLZZ
	+ výtvarné zpracování vychází ze zvolené vizuální identity kampaně, jejíž výstupy poskytne dodavateli zadavatel
	+ musí obsahovat: název kampaně, odkaz na webové stránky kampaně („více informací naleznete na…“), základní informace o akci, jejím průběhu a benefitech (motivační slogan jako výzva pro sociální pracovníky k zapojení se do tvorby videoklipu, stručné informace o benefitech, výzva k natočení krátkého videa, adresa pro zasílání podkladů, upozornění pro účastníky, že zasláním svého příspěvku se vzdávají autorských práv)
	+ může obsahovat ilustrační záběry, animace, efekty, filtry a jiné (vždy v souladu s autorským zákonem, náklady na materiál třetích stran nese dodavatel, nikoli zadavatel a musí je tedy zahrnout do nabídkové ceny)
	+ součástí videoklipu bude hudební podklad; je na dodavateli, zda zvolí podklad z hudební databáze nebo z jiných zdrojů, ale zodpovědnost za autorská práva třetích stran k hudebnímu materiálu nese dodavatel, nikoli zadavatel, a musí je tedy zahrnout do nabídkové ceny
1. **Videospot kampaně „Buďme profi!“**

**Požadavky na zpracování videospotu:**

* + stopáž max. 2 minuty
	+ základní: formát MPEG4, 16:9, minimálně 720p (1280 x 720 px), dále úprava do příslušných formátů dle využitých komunikačních kanálů
	+ jako základní materiál pro zpracování slouží krátká videa natočená sociálními pracovníky a zobrazující jejich práci, ta je možné postprodukčně upravovat (střih, filtry, animace, efekty); výběr nejlepších videí, které budou použity ve videoklipu, provede zadavatel ve spolupráci s dodavatelem, přičemž hlavní rozhodovací právo má zadavatel
	+ je možné dotočení potřebných záběrů pro doplnění atmosféry či celkového výtvarného vyznění (vždy v souladu s autorským zákonem, náklady na materiál třetích stran nese dodavatel, nikoli zadavatel a musí je tedy zahrnout do rozpočtu zakázky)
	+ videoklip musí obsahovat logo kampaně „Buďme profi!“, logo MPSV, povinnou publicitu OPLZZ
	+ výtvarné zpracování videoklipu vychází ze zvolené vizuální identity kampaně, jejíž výstupy poskytne dodavateli zadavatel
	+ součástí videoklipu bude hudební podklad; je na dodavateli, zda zvolí podklad z hudební databáze nebo z jiných zdrojů, ale zodpovědnost za autorská práva třetích stran k hudebnímu materiálu nese dodavatel, nikoli zadavatel, a musí je tedy zahrnout do nabídkové ceny
1. **Zajištění odborné konzultace v oblasti medializace**

Pro autory čtyř nejlepších příspěvků bude zajištěna odborná konzultace (v rozsahu 4 hodin, zajištěna dodavatelem této části veřejné zakázky - C) v oblasti medializace aktivit pro potřeby jejich zařízení – tj. organizace, kde je poskytována sociální práce. Na základě osobní návštěvy v zařízení dodavatel pro tato zařízení zpracuje doporučení v oblasti medializace jeho aktivit.

* + konzultace slouží jako benefit za 4 nejlepší krátká videa pro sociální pracovníky a organizace, v nichž působí
	+ odborná konzultace spočívá v přímé konzultaci stávající medializace aktivit organizací v rozsahu 4 hodin pro každou ze 4 vybraných organizací (zjištění potřeb a záměrů organizace, schopností pracovníků a jejich možností, zjištění dosavadních aktivit v oblasti medializace) a v následném zpracování doporučení pro medializaci aktivit organizací, individualizovaného pro konkrétní subjekt (sociální pracovník a organizace, v níž působí), s cílem posílit veřejnou image, reputaci a pozitivní postavení subjektu, v maximálním rozsahu 3 - 5 normostran

## Způsob realizace předmětu plnění

Vybraný uchazeč předloží zadavateli do 14 dnů od podpisu smlouvy návrh harmonogramu plnění této zakázky. Zadavatel návrh odsouhlasí, případně navrhne změny, které uchazeč zapracuje.

Uchazeč zpracuje propagační video dle požadavků stanovených v tomto dokumentu a předá jej zadavateli k odsouhlasení. Zadavatel jej buď odsouhlasí, nebo navrhne změny, které uchazeč zapracuje.

Uchazeč zajistí komunikaci se zájemci o zapojení se do tvorby videospotu a příjem videí. Tyto po uplynutí termínu pro jejich zasílání předá zadavateli. Zadavatel ve spolupráci s dodavatelem vyhodnotí nejlepší došlá videa, přičemž hlavní rozhodovací právo má zadavatel.

Uchazeč sestaví z vybraných videí a za použití ostatních komponentů výsledný videospot, a to tak, aby tento naplnil cíl této zakázky, tedy relevantně zobrazoval výkon sociální práce a měl potenciál oslovit cílovou skupinu s výzvou k další profesionalizaci a podpoře dobrého jména profese sociálního pracovníka.

Videospot předloží uchazeč zadavateli k odsouhlasení. Zadavatel jej buď odsouhlasí, nebo navrhne změny, které uchazeč zapracuje. Videospot ve finální podobě předá uchazeč zadavateli v požadovaném formátu na CD/DVD. Způsob uveřejnění tohoto videospotu zvolí zadavatel dle vlastního uvážení.

Zadavatel předá uchazeči seznam autorů 4 nejlepších videí. Uchazeč následně navrhne termíny konzultací ve vybraných organizacích a dohodnuté termíny oznámí zadavateli. Zadavatel si vyhrazuje právo účasti zástupce zadavatele během těchto konzultací.

Uchazeč zpracuje doporučení v oblasti medializace pro vybraná zařízení a předá je zadavateli do 14 dní ode dne, kdy se uskutečnila konzultace v dané organizaci k odsouhlasení. Zadavatel dokument buď odsouhlasí, nebo navrhne změny, které uchazeč zapracuje.

Finální podobu doporučení v oblasti medializace pro 4 vybrané organizace předá uchazeč zadavateli jednak v tištěné formě, jednak v elektronické formě ve formátu .pdf na CD nebo jiném nosiči.