**zadávací dokumentace**

**a**

**pokyny pro zpracování nabídky**

(*dále jen „zadávací dokumentace“*)

k nadlimitní veřejné zakázce na služby zadávané v otevřeném zadávacím řízení dle zákona  
 č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“), zveřejněné ve Věstníku veřejných zakázek pod ev. číslem: … *(bude doplněno po odeslání Oznámení)*, s názvem:

„**TVORBA TV MINIPOŘADŮ A ROZHLASOVÝCH SPOTŮ  
+ ZAJIŠTĚNÍ PROSTORU V TV A ROZHLASU**“

(*dále jen „veřejná zakázka“*)

Veřejná zakázka je financována z Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (dále jen „OP VK“), konkrétně z projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“, registrační číslo projektu: CZ.1.07/3.1.00/41.0001 (výzva č. 41 OP VK).



Název zadavatele: **Fond dalšího vzdělávání**

Sídlo: Na Maninách 20, 170 00 Praha 7

Zastoupen: **Ing. Pavlem Kryštofem, ředitelem FDV**

IČ/DIČ: 004 05 698 / CZ00405698

**Obsah:**

[1. ZÁKLADNÍ ÚDAJE O ZADAVATELI 3](#_Toc332029805)

[2. PŘEDMĚT A PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY 3](#_Toc332029806)

[3. DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY 8](#_Toc332029808)

[4. POŽADAVKY NA KVALIFIKACI UCHAZEČE 8](#_Toc332029809)

[5. Jiné požadavky a podmínky 11](#_Toc332029810)

[6. Závazné obchodní podmínky 12](#_Toc332029811)

[7. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK 12](#_Toc332029812)

[8. LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK 14](#_Toc332029813)

[9. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM 14](#_Toc332029814)

[10. ZADÁVACÍ LHŮTA 14](#_Toc332029815)

[11. Otevírání obálek s nabídkami 14](#_Toc332029816)

[12. POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY 15](#_Toc332029819)

[13. SEZNAM PŘÍLOH 16](#_Toc332029820)

1. **ZÁKLADNÍ ÚDAJE O ZADAVATELI**
   1. **Identifikace Zadavatele**

Název: **Fond dalšího vzdělávání**

Sídlo: Na Maninách 20, 170 00 Praha 7

Právní forma: příspěvková organizace Ministerstva práce a sociálních věcí ČR

IČO: 004 05 698

DIČ: CZ00405698

dále jen „Zadavatel“ či "FDV".

* 1. **Oprávněná osoba Zadavatele**

Osobou oprávněnou k činění právních úkonů jménem nebo za Zadavatele je **Ing. Pavel Kryštof**, ředitel FDV, v době jeho nepřítomnosti Bc. Miloslav Helebrant, DiS., statutární zástupce ředitele.

* 1. **Kontaktní osoba Zadavatele**

Kontaktní osobou v souvislosti s touto veřejnou zakázkou je **Lenka Vostrá, DiS.**, oddělení PR   
a publicity, e**-**mail:[lenka.vostra@fdv.mpsv.cz](mailto:lenka.vostra@fdv.mpsv.cz), tel.: +420 277 277 070.

1. **PŘEDMĚT A PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY**
   1. **Předmět veřejné zakázky**

Účelem zadávacího řízení je uzavření smlouvy o dílo na realizaci televizní a rozhlasové kampaně pro projekt „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“. Cílem je vybrat takového dodavatele, který vytvoří televizní minipořady a rozhlasové informační spoty a zároveň zajistí jejich odvysílání v médiích (tj. v televizi a rozhlasu).

**Předmětem veřejné zakázky** je realizace televizní a rozhlasové kampaně, jejímž účelem je upozornit na možnost účasti na vzdělávacích aktivitách projektu **„Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“, který je financovaný z OP VK a státního rozpočtu ČR,** a tím zajistit potřebnou účast v projektu.

Stručný popis projektu je uveden v příloze č. 9 této zadávací dokumentace.

Cíle televizní a rozhlasové kampaně projektu (dále také jen „kampaň“) jsou rozděleny do dvou směrů.

**Cíle kampaně projektu:**

1. Hlavním cílem je prostřednictvím kampaně sdělit cílové skupině informaci o realizaci projektu, tj. prezentovat jednotlivým cílovým skupinám možnost aktivně se zapojit do dalšího profesního vzdělávání formou stáží ve firmách.
2. Další cíl propagační kampaně bude směřovat ke zdůraznění důležitosti praktického vzdělávání a pozitivní vliv zkušeností z reálné praxe na šanci uplatnit se na trhu práce.

Poselstvím a cílem kampaně je, aby svým obsahem co nejvíce zaujala a motivovala cílovou skupinu k využití možnosti dalšího odborného vzdělávání v rámci projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“ (dále také jen „Stáže“), který realizuje Zadavatel.

**Vybraný uchazeč zajistí celou televizní a rozhlasovou kampaň, která zahrnuje:**

* 1. **Výrobu pěti minipořadů pro televizní vysílání a jejich opakované odvysílání v televizi, stopáž 1 minuta, tematicky rozdělených dle cílových skupin (viz odst. 2.1.1.)**
  2. **Výrobu pěti rozhlasových spotů a jejich opakované odvysílání v rádiu, stopáž 30 sekund, tematicky rozdělených dle cílových skupin (viz odst. 2.1.1)**

Všechny části mediální kampaně musí mít stejné charakteristické prvky a zároveň musí splnit podmínky pro zajištění povinné publicity OP VK. Cílem je dosáhnout provázanosti jednotlivých částí kampaně a tím zvýšení účinku jednotlivých částí. Jednotlivé části by se měly navzájem podporovat   
a případně doplňovat.

Harmonogram kampaně je vložen v příloze č. 8 této zadávací dokumentace.

Realizátor projektu (zadavatel reklamní kampaně) může navrhovat v kampani případné změny, které je povinen dodavatel zrealizovat. Zadavatel si vyhrazuje právo vznášet připomínky ke změnám a také sám navrhovat další postup. Všechny změny by neměly mít vliv na cenu, která bude uvedena   
ve smlouvě jako cena konečná a nepřekročitelná.

Hodnotí se jasný způsob prezentace navrhovaného řešení, srozumitelnost, kvalita a kreativita   
při zpracování jednotlivých vizuálů kampaně, jednoznačnost, která vylučuje různé možnosti výkladu, kvalita a funkčnost tak, aby se kampaň dostala do povědomí potencionálních účastníků projektu i účastníků dalšího vzdělávání formou stáží ve firmách obecně a zaujala je svým obsahem s ohledem na vhodnost zvoleného řešení ve vztahu k předmětu kampaně.

Celá kampaň bude realizována pouze v českém jazyce.

* + 1. **Cílová skupina**

Mediální kampaň musí být připravena dle specifik cílové skupiny, kterou tvoří obyvatelé České republiky s trvalým pobytem mimo hl. m. Praha a mimo OSVČ. Projekt Stáže ve firmách – vzdělávání praxí je určen pro níže uvedených 5 cílových skupin:

1. **absolventy**: tím se rozumí čerství absolventi základních, středních, vysokých a vyšších odborných škol a učilišť,
2. **nezaměstnané**: tím se rozumí osoby, které jsou bez stálého placeného zaměstnání,
3. **osoby vracející se na trh práce** **po pracovní pauze**: tím se rozumí například maminky po rodičovské dovolené,
4. **stávající** **zaměstnance mající zájem o další profesní vzdělávání**: tím se rozumí na osoby, které jsou v současnosti zaměstnány, ale chtějí si prohloubit svou profesní kvalifikaci a zlepšit své postavení na trhu práce, a dále
5. **firmy**, které mají zájem zapojit se do projektu Stáže jako poskytovatelé stáží.

Dle stáří se jedná o všechny osoby v produktivním věku (ekonomicky aktivní), tj. 15+.

* + 1. **Specifikace předmětu**
       1. **Televizní kampaň – vytvoření a odvysílání 5 TV minipořadů** (dále také jen „minipořady“)

Vybraný uchazeč vytvoří 5 minipořadů v celkové délce alespoň 60 sekund, z toho 10 sekund bude tvořit povinná publicita OP VK (dle platného Manuálu pro publicitu OP VK včetně uvedení informace „Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky“). Zadavatel požaduje, aby v těchto minipořadech bylo uveřejněno i logo FDV jako realizátora projektu a logo projektu Stáže (v souladu s logomanuálem FDV).

Vybraný uchazeč dále zajistí odvysílání těchto 5 minipořadů. Zadavatel požaduje odvysílání těchto 5 minipořadů v televizi minimálně v počtu **160 opakování** - 75 % veřejnoprávní média, 25 % komerční média (dále viz. bod 2.1.2.3.). Volba poměru počtu odvysílání 5 typů minipořadů bude doporučena uchazečem na základě jím vytvořených minipořadů v souladu s navrženým obsahem spotů, kreativitou spotů atd. Konečné vyjádření a rozhodnutí však přísluší Zadavateli.

Zadavatel klade důraz na kvalitu zpracování, kreativitu, vtip a nadčasovost spotu. Minipořady mohou obsahovat prvky animace 3D.

Vytvořené minipořady musí korespondovat s vytvořenými rozhlasovými spoty.

**Vybraný uchazeč pro realizaci minipořadu zajistí:**

* Scénář,
* Technický scénář,
* Storyboard,
* Natočení a výrobu minipořadů v kvalitě HD (kompars, výběr lokací, natočení sběrných materiálů, hudební podkres, dotáčky ve studiu, trikové úpravy) v požadovaných variantách,
* Zadavatel požaduje předání veškerého materiálu na nosičích (1 ks BETAcam v tradičním formátu zemí EU (PAL, NTSC) případně DVcam, 5 ks DVD). Úprava autorskoprávní ochrany k minipořadům je stanovena v příloze č. 5 zadávací dokumentace.
  + - 1. **Rozhlasová kampaň – vytvoření a odvysílání informačních spotů** (dále také jen „spoty“)

Vybraný uchazeč zajistí vytvoření a odvysílání informačních spotů v rádiu. Zadavatel požaduje, aby inzerce spotů byla zajištěna v rozhlasových stanicích dle bodu 2.1.2.3. této zadávací dokumentace, část „Požadavky na výběr rádiových stanic“.

Délka spotu musí být **30 sekund** včetně povinné publicity OP VK – a na závěr spotů bude uvedena informace „Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky“. Zároveň požaduje zadavatel uvést, že realizátorem projektu je Fond dalšího vzdělávání. Vybraný uchazeč dále zajistí odvysílání těchto spotů. Zadavatel požaduje odvysílání každého z těchto spotů minimálně v počtu 30 opakování.

Vytvořené spoty musí korespondovat s vytvořenými televizními minipořady.

**Vybraný uchazeč pro realizaci rozhlasových spotů zajistí**:

* Scénář,
* Natočení a výrobu spotů, hudební podkres, v požadovaných variantách,
* Zadavatel požaduje předání veškerého materiálu na nosičích (5 ks CD). Úprava autorskoprávní ochrany ke spotům je stanovena v příloze č. 5 zadávací dokumentace.
  + - 1. **Výběr televizních stanic, TV pořadů a Rádiových stanic a pořadů**

Uchazeč připraví takové rozložení vysílacích časů mezi jednotlivé televizní kanály, které umožní maximální zásah definované cílové skupiny. Při výběru televizních stanic musí uchazeč dodržet následující:

* každá televizní stanice bude sledována peoplemetrovým šetřením, které pro Asociaci televizních organizací realizuje agentura Mediaresearch a jehož výsledky jsou veřejně přístupné na internetu (<http://www.mediaresearch.cz/produkty-sluzby/mereni-televize/mereni-tv-v-cr/>),
* v případě každé televize se bude jednat o celoplošnou televizní stanici, tj. televizní stanici vysílající na celém území ČR (s digitálním nebo kabelovým vysíláním),
* každá televizní stanice bude vysílat v českém jazyce na území České republiky,
* investice do TV stanic s podílem na sledovanosti (share TV) pro definovanou cílovou skupinu dospělí - 15-54 **větším než 4,5 %** podle oficiálních dat ATO za období 1. 1. 2011 - 31. 12. 2011 – celý den (<http://www.ato.cz/vysledky/rocni-data/share/15-54>) musí **být minimálně 60 %.** Stanovení přesného podílu investic mezi jednotlivými TV stanicemi je ponecháno na uchazeči,   
  a ten toto uvede v předloženém mediaplánu.

**Požadavky pro následný výběr TV pořadů v rámci programu televizních stanic:**

* dostatečná afinita vůči definované cílové skupině (min. 0,8),
* uchazeč nebude zařazovat pořady s obsahem nevhodným pro tuto kampaň (např. erotické, politické či z jakéhokoliv pohledu kontroverzní pořady apod.).

Rozhlasová spotová kampaň (30sekundové spoty) a odvysílání televizních minipořadů (60 sekundové minipořady) přitom budou zastoupeny **minimálně 60 % zásahem na dané cílové skupiny.**

**Požadavky na výběr rádiových stanic:**

Uchazeč připraví takové rozložení vysílacích časů mezi jednotlivé rádiové stanice, které umožní maximální zásah definované cílové skupiny. Při výběru rádiových stanic musí uchazeč dodržet následující:

* každá rádiová stanice bude sledována dotazníkovým šetřením,
* v případě každé rádiové stanice se bude jednat o celoplošnou rádiovou stanici s podílem na poslechovosti (share %) minimálně 7 % nebo regionální stanici s podílem na poslechovosti (share %) minimálně 7 %,
* výběr rádiových stanic musí vždy zajistit celoplošné pokrytí,
* každá rádiová stanice bude vysílat v českém jazyce na území České republiky,
* stanovení přesného podílu investic mezi jednotlivými rádiovými stanicemi je ponecháno na uchazeči, a ten toto uvede v předloženém mediaplánu.
* zadavatel bude akceptovat splnění požadavku celoplošného pokrytí v rámci rozhlasové kampaně i prostřednictvím rozhlasové sítě, ale pouze za předpokladu, že uchazeči splní všechny ostatní požadavky dle bodu 2.1.2.2 zadávací dokumentace, a další požadavky na výběr rádiových stanic.

**Mediamix pro vysílací prostor**

80 % celkových investic na média bude použito pro TV minipořady

20 % celkových investic na média bude použito pro rozhlasové spoty

* + - 1. **Průběžná a závěrečná zpráva**

**Vybraný uchazeč bude po ukončení první vlny kampaně dále povinen vypracovat průběžnou zprávu, a po ukončení celé kampaně pak závěrečnou zprávu, která bude vždy obsahovat minimálně**:

1. popis průběhu plnění televizní a rozhlasové kampaně, včetně statistických údajů s ohledem na sledovanost televizní a rozhlasové kampaně v jednotlivých stanicích a televizní a rozhlasové kampaně jako celku a přehledu vysílání spotů a minipořadů,
2. případné mediální výstupy týkající se televizní a rozhlasové kampaně,
3. přehled vynaložených nákladů vztahujících se k celé televizní a rozhlasové kampani – tj. rozpis veškerých nákladů vynaložených při provádění televizní a rozhlasové kampaně.
   * + 1. **Požadavky na předložení nabídky**

V rámci své nabídky zpracují uchazeči mediaplán pro realizaci televizní a rozhlasové kampaně.

1. **Mediaplán navržený uchazečem musí splnit následující parametry:**

* kampaň (a to celkem pro obě části, rozhlasovou i televizní, za celou dobu jejího trvání) v rozsahu minimálně **50 % zásahu dané cílové skupiny,**
* předpokládaný mediální výkon (**Net Reach 1+** = počet procent cílové skupiny zasažené během kampaně minimálně 1x) po skončení kampaně pro skupinu Dospělí 15-54 **minimálně 60 %,**
* podíl investic do TV stanic s podílem sledovanosti (share) pro definovanou cílovou skupinu 15-54 **větším než 4,5 %** podle oficiálních dat ATO za období 1. 1. 2011 - 31. 12. 2011 – celý den (<http://www.ato.cz/vysledky/rocni-data/share/15-54>) musí **být minimálně 60 %**.

**Předložený mediaplán bude zahrnovat minimálně:**

* **Výčet televizních stanic** vybraných pro realizaci televizní kampaně s těmito údaji:
  + název, pokrytí, tematické zaměření, nejúspěšnější TV pořady, stručnou analýzu cílových skupin TV stanice.
* **Výčet rozhlasových stanic** vybraných pro realizace rozhlasové kampaně s těmito údaji:
  + název, pokrytí, tematické zaměření, stručnou analýzu cílových skupin rozhlasové stanice.
* **Harmonogram** = **plán nasazení – televizní stanice, a to včetně potvrzení, že TV stanice mají prostor pro odvysílání spotů a pořadů**.
* **Harmonogram** = **plán nasazení – rozhlasové stanice, a to včetně potvrzení, že rozhlasové stanice mají prostor pro odvysílání spotů**.
* Pokud uchazeč od televizní nebo rozhlasové stanice nezíská potvrzení s konkrétními časy, ale pouze potvrzení v rozmezí – Prime time / Off prime time, bude zadavatel akceptovat i takto předložený mediaplán.

Uchazeč v rámci své nabídky k plnění této Veřejné zakázky předloží **návrh realizace předmětu této Veřejné zakázky (mediaplán), včetně plánu nasazení (harmonogramu)**, kdy uchazeči vyplní tabulku č. 1 a následně tabulku č. 2, které tvoří přílohu č. 8 této zadávací dokumentace.

1. **Návrh 3 televizních minipořadů** (tzn. storyboard a technický scénář), nutná provázanost s  rozhlasovým spotem. V rámci nabídky požadujeme návrhy minipořadů pro cílové skupiny 1. ABSOLVENTI, 2. POSKYTOVATELÉ STÁŽÍ neboli FIRMY a 3. NEZAMĚSTNANÍ.
2. **Návrh 1 rozhlasového spotu** (tzn. scénář), nutná provázanost s minipořadem. V rámci nabídky požadujeme návrh spotu pro cílovou skupinu OSOBY VRACEJÍCÍ SE NA TRH PRÁCE.
   1. **Klasifikace předmětu veřejné zakázky:**

V souladu s ustanovením § 47 zákona Zadavatel v oznámení o zahájení zadávacího řízení vymezil předmět veřejné zakázky podle referenční klasifikace (CPV kód) platné pro veřejné zakázky, a to následujícím způsobem:

79340000-9 - Reklamní a marketingové služby

79341400-0 - Reklamní kampaně

92200000-3 - Rozhlasové a televizní služby

* 1. **Předpokládaná hodnota veřejné zakázky**

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky činí dle rozpočtu projektu celkem 7 270 833,32 Kč bez DPH, tj. 8,725.000,- Kč včetně DPH.

Dle jednotlivých částí plnění veřejné zakázky předpokládané hodnoty zakázky činí:

* Tvorba 5 televizních minipořadů: 916.666,66 Kč bez DPH, tj. 1,100.000,- Kč včetně DPH
* Tvorba 5 rozhlasových spotů: 104.166,66 Kč bez DPH, tj. 125.000,- Kč včetně DPH
* Částka určená na odvysílání TV minipořadů a rozhlasových spotů je ve výši 6.250.000,- Kč bez DPH, tj. 7.500.000,- Kč včetně DPH.

Zadavatel předpokládá následující rozdělení investic pro vysílání:

* 80 % celkových investic na média bude použito pro TV minipořady
* 20 % celkových investic na média bude použito pro rozhlasové spoty

Nabídková cena uvedená v nabídce uchazeče na plnění veřejné zakázky nesmí výše uvedené částky předpokládané hodnoty pro jednotlivé položky v rámci této veřejné zakázky překročit.

Výše uvedené předpokládané hodnoty jsou zároveň i hodnotami maximálními a nejvýše přípustnými!

V případě, že nabídková cena uchazeče překročí předpokládanou hodnotu veřejné zakázky, byť v jediné položce, bude tato skutečnost považována za nesplnění Zadavatelem stanovených podmínek této veřejné zakázky.

* 1. **Požadavky na zpracování nabídkové ceny**

Uchazeč stanoví nabídkovou cenu tak, že do hodnotící tabulky pro stanovení nabídkové ceny „Nabídková cena“ (příloha č. 6) uvede samostatně nabídkovou cenu pro každou požadovanou činnost, a to včetně režijních nákladů.

Nabídková cena bude uvedena v české měně (CZK), a to ve formátu cena v Kč bez daně z přidané hodnoty (DPH), samostatně výše DPH v procentech a v Kč a cena v Kč včetně DPH. Pro účely hodnocení bude použita cena včetně DPH – Zadavatel není ve vztahu k plnění plátcem DPH.

Nabídková cena bude stanovena jako cena „nejvýše přípustná“ a musí v ní být zahrnuty veškeré náklady dodavatele, spojené s realizací předmětu veřejné zakázky.

Nabídková cena bude zpracována v souladu s oznámením o zahájení zadávacího řízení, zadávací dokumentací a další dokumentací obsahující vymezení předmětu veřejné zakázky.

**Zadavatel připouští navýšení nabídkové ceny v průběhu trvání smlouvy v následujících případech:**

V případě zvýšení zákonem stanovené sazby daně z přidané hodnoty podle zákona č. 235/2004 Sb., dne účinnosti nové zákonné úpravy DPH. o dani z přidané hodnoty, v takovém případě bude zvýšena cena o příslušné navýšení sazby DPH ode

**Cenu lze zvýšit pouze ze shora uvedených důvodů, a to formou písemného dodatku ke smlouvě uzavřené mezi Zadavatelem a dodavatelem**.

1. **DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY**
   1. **Doba plnění veřejné zakázky**

Předpokládaný termín uzavření smlouvy na plnění veřejné zakázky je říjen 2012.

**Termín realizace kampaně:** televizní a rozhlasová kampaň potrvá od října 2012 do června 2014. Zadavatel požaduje rozložení kampaně ve 2 vlnách v souladu s Harmonogramem uvedeným v Příloze č. 8.

Ukončení aktivit projektu je dáno aktuálním harmonogramem projektu do 31. 10. 2014.

Předpokládané termíny zahájení jsou podmíněny řádným ukončením zadávacího řízení   
a podepsáním příslušné smlouvy. Zadavatel si z těchto důvodů vyhrazuje právo jednostranně změnit předpokládaný termín zahájení plnění veřejné zakázky.

* 1. **Místo plnění veřejné zakázky**

Místem plnění je Hlavní město Praha, zejména sídlo Zadavatele, dále sídlo uchazeče nebo jakékoli jiné místo v České republice výslovně určené Zadavatelem.

Místem dodání je sídlo Zadavatele - Praha 7, Na Maninách 20, PSČ: 170 00.

1. **POŽADAVKY NA KVALIFIKACI UCHAZEČE**

Prokázání splnění kvalifikace je předpokladem účasti dodavatele v zadávacím řízení. Prokázáním kvalifikace se rozumí:

* splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 odst. 1 zákona,
* splnění profesních kvalifikačních předpokladů dle § 54 zákona,
* předložení čestného prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti dodavatele splnit veřejnou zakázku dle § 50 odst. 1 písm. c) zákona,
* splnění technických kvalifikačních předpokladů dle § 56 zákona.

**Obecné podmínky pro prokázání kvalifikace**:

Doklady prokazující splnění kvalifikace dle § 53, § 54 a § 56 zákona je povinen předložit uchazeč v kopii.

Doklady prokazující splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 zákona a výpis z obchodního rejstříku nesmějí být ke  dni podání nabídky starší 90 kalendářních dnů.

Při prokazování kvalifikace prostřednictvím subdodavatele je uchazeč povinen respektovat ustanovení § 51 odst. 4 zákona. Prokazování kvalifikace v případě nabídky podané ve sdružení dodavatelů – viz § 51 odst. 5 a 6 zákona.

* 1. **Splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 odst. 1 zákona splní uchazeč**:

1. který 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[[1]](#footnote-1);
2. který 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 činu1;
3. který v posledních 3 letech nenaplnil skutkovou podstatu jednání nekalé soutěže formou podplácení podle zvláštního právního předpisu,
4. vůči jehož 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,
5. který není v likvidaci,
6. který nemá v evidenci daní zachyceny daňové nedoplatky, a to jak v České republice,   
   tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště uchazeče,
7. který 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 uchazeče,
8. který 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 uchazeče,
9. který není veden v rejstříku osob se zákazem plnění veřejných zakázek,
10. kterému nebyla v posledních 3 letech pravomocně uložena pokuta za umožnění výkonu nelegální práce podle zvláštního právního předpisu.

Výše uvedené základní kvalifikační předpoklady prokáže uchazeč v souladu s § 53 odst. 3 zákona předložením:

1. Výpisu z evidence Rejstříku trestů (písm. a), b)) – fyzické i právnické osoby!
2. Potvrzením příslušného finančního úřadu a ve vztahu ke spotřební daní čestným prohlášení (písm. f),
3. Potvrzením příslušného orgánu či instituce (písm. h)),
4. Čestného prohlášení (písm. c) až e), g), j), k) - příloha č. 2 této ZD.

Výše uvedené doklady lze nahradit kopií výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů dle § 125 a násl. zákona (dále jen „výpis SKD“).

* 1. **Profesní kvalifikační předpokladydle § 54 zákona prokáže uchazeč předložením**:

1. **dle § 54 písm. a) zákona**

**Výpisu z obchodního rejstříku**, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán.

1. **dle § 54 písm. b) zákona**

**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 SKD.

* 1. **Prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti dodavatele splnit veřejnou zakázku**

Uchazeč doloží čestné prohlášení o své ekonomické způsobilosti splnit veřejnou zakázku (viz Příloha č. 3 této zadávací dokumentace).

* 1. **Splnění technických kvalifikačních předpokladů dle § 56 zákona bude prokázáno doložením**:

1. **dle § 56 odst. 2 písm. a) zákona**

**Seznam významných dodávek realizovaných dodavatelem v posledních třech letech, které měly obdobný charakter s uvedením jejich rozsahu a doby plnění, a to**:

realizace alespoň 3 zakázek obdobného rozsahu a předmětu plnění, tj. služby v oblasti tvorby spotů televizní a rozhlasové kampaně a v oblasti nákupu vysílacích časů, z nichž každá byla v objemu minimálně 1 mil. Kč bez DPH. Přehled realizovaných zakázek uchazeč předloží ve formě čestného prohlášení s uvedením kontaktních osob, u nichž bude možno ověřit údaje uváděné v čestném prohlášení. Seznam musí obsahovat minimálně následující údaje:

* označení subjektu, pro který byla zakázka realizována;
* stručný popis realizované televizní nebo rozhlasové kampaně, s uvedením jejího rozsahu (finančně vyjádřeného v Kč); období, ve kterém byla zakázka realizována.

**Přílohou seznamu musí být:**

1. osvědčení vydané či podepsané veřejným zadavatelem, pokud byly služby poskytovány veřejnému zadavateli,
2. osvědčení vydané jinou osobou, pokud byly služby poskytovány jiné osobě než veřejnému zadavateli, nebo
3. smlouva s jinou osobou a doklad o uskutečnění plnění dodavatele, není-li současně možné osvědčení podle bodu b) od této osoby získat z důvodů spočívajících na její straně.
4. **dle § 56 odst. 2 písm. b) zákona**

**Seznam členů realizačního týmu, kteří se budou podílet na plnění veřejné zakázky s níže uvedenou profesní zkušeností** (*bez ohledu na to, zda jde o zaměstnance dodavatele nebo osoby v jiném vztahu k dodavateli):*

* realizační tým musí mít minimálně tři (3) členy;
* alespoň dva (2) členové realizačního týmu budou odborně profilováni pro oblast televizní a rozhlasové kampaně (praxe alespoň 2 roky),
* alespoň jeden člen týmu bude mít zkušenost v oblasti zpracování marketingových strategií,
* alespoň jeden člen týmu bude mít zkušenost v oblasti marketingu (délka praxe alespoň 2 roky).

**U každého ze členů týmu bude dále uvedeno:**

* jméno a titul (dosažené vzdělání) každého člena týmu,
* řídící / odborná úloha v týmu,
* nynější místo působení (zaměstnání apod.),
* dosažená kvalifikace pro plnění úlohy v týmu,
* zkušenosti/praxe v oblasti bezprostředně související s úlohou v týmu,
* životopis ve zpětném řazení událostí se zvýrazněnými skutečnostmi souvisejícími s úlohou v týmu a ve vztahu k projektu, včetně uvedení relevantních zakázek (zkušeností) dokládajících požadovanou odbornou způsobilost daného člena týmu.

**Prohlášení o souhlasu se zapojením do realizačního týmu** u každého člena realizačního týmu. Toto prohlášení je přílohou č. 4 této zadávací dokumentace.

Dojde-li v průběhu platnosti smlouvy na realizaci veřejné zakázky ke změnám v týmu, je o tom vybraný uchazeč povinen Zadavatele neprodleně informovat. Nový člen realizačního týmu musí splňovat alespoň takovou kvalifikaci, jakou disponoval předchozí člen realizačního týmu.

Dodavatel v rámci prokázání splnění kvalifikačního předpokladu dle bodu b) tohoto odstavce (4.4) dále doloží profesní **životopisy všech členů realizačního týmu s vlastnoručním podpisem** daného člena realizačního týmu, z nichž bude patrné splnění výše vymezené úrovně kvalifikačního předpokladu a v němž budou zdůrazněny údaje podstatné pro plnění svěřené úlohy v realizačním týmu.

1. **Jiné požadavky a podmínky**
   1. **Subdodavatelé**

Při prokazování kvalifikace prostřednictvím subdodavatele je nutné respektovat ustanovení   
§ 51 odst. 4 a dále ustanovení § 69 odst. 2 zákona. Uchazeč je ve své nabídce povinen specifikovat případné **subdodavatele**. Pokud se uchazeč rozhodne využít subdodavatele / subdodavatelů, musí specifikovat tu část veřejné zakázky, kterou má v úmyslu zajistit tímto způsobem.

* 1. **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).

* 1. **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.

1. **Závazné obchodní podmínky**

Obchodní podmínky jsou upraveny v závazném návrhu smlouvy, která je přílohou č. 5 této zadávací dokumentace (dále jen „návrh smlouvy“). Uchazeč je oprávněn doplnit do návrhu smlouvy pouze údaje, které jsou označeny jako nedoplněné [DOPLNÍ UCHAZEČ], 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 v souladu se způsobem jednání jménem uchazeče; originál či úředně ověřená kopie zmocnění 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.

Návrh smlouvu předloží uchazeč v tištěné podobě a dále v elektronické podobě na CD či obdobném nosiči el. dat (Zadavatel doporučuje doložit smlouvu na CD ve formátu \*.doc/\*.docx).

Televizní a rozhlasová kampaň bude realizována v souladu s plánem kampaně zpracovaným uchazečem a předloženým v nabídce. Zadavatel bude oprávněn do 14 dnů od uzavření smlouvy na plnění veřejné zakázky, resp. příslušného dílčího plnění předat vybranému uchazeči své písemné připomínky k předloženému plánu televizní a rozhlasové kampaně a žádat jeho úpravy a doplnění (tyto úpravy a doplnění však nesmí mít vliv na celkovou cenu televizní a rozhlasové kampaně stanovenou vybraným uchazečem v jeho nabídce). Vybraný uchazeč bude povinen upravit předložený plán televizní a rozhlasové kampaně v souladu s připomínkami a požadavky zadavatele a znovu jej předložit Zadavateli nejpozději do 14 dnů od obdržení připomínek Zadavatele.

Nejpozději do 3 týdnů po skončení první vlny, resp. celkové realizace televizní a rozhlasové kampaně bude vybraný uchazeč povinen předat zadavateli písemnou zprávu o průběhu kampaně, popisující skutečný průběh televizní a rozhlasové kampaně. Zadavatel bude oprávněn vznášet k předložené písemné zprávě o průběhu reklamní kampaně připomínky a žádat její úpravy a doplnění.

1. **HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK**

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Zadavatel stanovil tato dílčí kritéria hodnocení s následující vahou:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Číslo kritéria** | **Váha** | **Popis kritéria** |
| **1.** | **70 %** | **Celková nabídková cena** jako součet nabídkových cen za jednotlivé reklamní služby a činnosti v rámci **kompletní realizace** veřejné zakázky |
| **2.** | **30 %** | **Celková kvalita a kreativita rozhlasové a televizní kampaně** |

**Způsob hodnocení:**

**Ad kritérium č. 1 – Celková nabídková cena**

Uchazeč vyplní v rámci nabídky **pro každou část** formulář „**Nabídková cena pro realizaci kampaně**“ (příloha č. 6), která bude obsahovat nabídkové ceny pro jednotlivé služby a činnosti **navrhované uchazečem** v rámci veřejné zakázky v Kč (včetně DPH) a dále celkovou nabídkovou cenu jako součet nabídkových cen pro jednotlivé reklamní služby a činnosti.

Pro hodnocení v rámci tohoto kritéria bude použita celková nabídková cena **za kompletní realizaci kampaně v Kč** včetně DPH, neboť Zadavatel není ve vztahu k projektu plátcem DPH, a to podle následujícího vzorce:

Nejvýhodnější nabídka

100 x ------------------------------- x váha kritéria vyjádřená v %

Hodnocená nabídka

**Ad kritérium č. 2 – Celková kvalita a kreativita rozhlasové a televizní kampaně**

Za účelem hodnocení nabídek v kritériu „Celková kvalita a kreativita rozhlasové a televizní kampaně“ předloží uchazeč návrh minipořadů a spotů kampaně, který musí zohledňovat požadavky hodnocení dle níže uvedených subkritérií a musí být zpracován v rozsahu specifikovaného v bodu 2.1.2.5 písm. b) a c).

Vzhledem k tomu, že předmětem hodnocení je do značné míry i kreativita zpracování návrhu celkového řešení a koncepce nabízené kampaně, tedy subjektivní kritéria**,** není možné vyjmenovat taxativně konkrétní prvky řešení a bodovou hodnotu jejich hodnocení.

S ohledem na skutečnost, že **se jedná o komplexní hodnocení**, budou v zájmu zachování maximální transparentnosti hodnocena níže uvedená subkritéria, z nichž v každém může být v návaznosti na kvalitu navrhovaného řešení v rámci každého subkritéria přiznán minimálně 1 bod a maximálně 50 bodů u obou subkritérií, celkem tedy minimálně 2 body a maximálně 100 bodů.

**Zadavatel bude hodnotit tato subkritéria hodnocení:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Kvalita a kreativita návrhu televizních minipořadů, provázanost s rozhlasovou kampaní** | **1 - 50**  **bodů** |
| 1. **Kvalita a kreativita návrhu rozhlasového spotu, provázanost s televizní kampaní (tj. s minipořady)** | **1 - 50 bodů** |
| **CELKEM** | **2 -100 bodů** |

**Jako nejvhodnější bude Zadavatel hodnotit návrh takového řešení, které nejjednoznačněji, nejpřehledněji, nejprovázaněji a nejkomplexněji zajistí propagaci projektu ve vztahu k cílovým skupinám. Jako nejvhodnější bude u obou výše uvedených subkritérií Zadavatel hodnotit tu nabídku, která nejkreativněji, nejkvalitněji a nejvhodněji vůči cílovým skupinám zpracuje návrhy minipořadů a spotů**.

**Způsob hodnocení dílčího kritéria č. 2:** Hodnotící komise posoudí předložené návrhy celkové mediální kampaně dle výše uvedených hodnotících subkritérií, posoudí silné a slabé stránky jednotlivých nabídek v rámci každého subkritéria a na základě takto provedeného hodnocení, písemně zaznamenaného v hodnotících tabulkách a ve zprávě o posouzení a hodnocení nabídek dle § 80 zákona přidělí podle kvality navrženého řešení koncepce body od 1 do 50 v rámci každého subkritéria hodnocení.

V rámci kritéria č. 2 – **Celková kvalita a kreativita plánu televizní a rozhlasové kampaně** – bude hodnocen součet bodů, získaný v jednotlivých subkritériích, přičemž nabídka, která takto získá v součtu nejvíce bodů (umístí se podle součtu jako první v pořadí), obdrží pro potřeby hodnocení 100 bodů, další uchazeči v pořadí obdrží takový počet bodů, který odpovídá aritmetickému srovnání s nejvýhodnější nabídkou.

**Vzorec pro hodnocení kritéria č. 2 je uveden níže:**

Hodnocená nabídka

100 x ------------------------------- x váha kritéria vyjádřená v %

Nejvýhodnější nabídka

**Celkové hodnocení nabídek**

Body získané v jednotlivých dílčích kritériích hodnocení, přepočtené váhou příslušného dílčího kritéria hodnocení, budou v rámci jedné nabídky sečteny. Na základě součtu přepočtených bodů bude sestaveno pořadí nabídek s tím, že jako nejvhodnější nabídkou se stane nabídka, která dosáhne v celkovém součtu nejvyššího počtu bodů.

1. **LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK**

Nabídku je možno podávat osobně nebo poštou prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu sídla Zadavatele:

**Fond dalšího vzdělávání**

**Na Maninách 20**

**170 00 Praha 7**.

Osobní podání nabídky lze učinit na výše uvedené kontaktní adrese v době: Po – Čt od 9:30 do16:00 hod., Pá od 9:00 do 14:30 hod. oproti písemnému potvrzení o převzetí nabídky. V případě podání nabídky doporučeně poštou je nezbytné, aby byla nabídka Zadavateli doručena do konce lhůty pro podání nabídek. Za okamžik podání/doručení nabídky se považuje její fyzické převzetí podatelnou/recepcí Zadavatele na výše uvedené adrese.

Nabídky musí být Zadavateli doručeny na shora uvedenou adresu nejpozději **8.10.2012 do 13.00 hod**.

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

1. **DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM**

Uchazeč je oprávněn písemně po Zadavateli požadovat dodatečné informace k zadávacím podmínkám, a to na e-mailu: **lenka.vostra@fdv.mpsv.cz**. Písemná žádost musí být na uvedený e-mail doručena nejpozději 6 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek.

Zadavatel nebude odpovídat na žádosti o dodatečné informace, které budou doručeny později, než 6 pracovních dnů před termínem pro podání nabídek, tedy ve lhůtě stanovené zákonem.

**V rámci dodržení principu rovného zacházení se všemi uchazeči nemohou být dodatečné informace poskytovány telefonicky**.

Zadavatel doručí dodatečné informace k zadávacím podmínkám, případně související dokumenty, nejpozději do 4 pracovních dnů ode dne doručení žádosti. Dodatečné informace, včetně přesného znění žádosti, doručí Zadavatel současně všem uchazečům, kteří požádali o poskytnutí zadávací dokumentace nebo kterým byla zadávací dokumentace poskytnuta. Veškeré dodatečné informace budou rovněž uveřejňovány na profilu Zadavatele <http://fdv.mpsv.cz/index.php/verejne-zakazky>.

Zadavatel může poskytnout uchazečům dodatečné informace k zadávacím podmínkám i bez předchozí žádosti.

1. **ZADÁVACÍ LHŮTA**

Zadávací lhůta, tedy doba, po kterou je uchazeč svojí nabídkou vázán, začíná běžet okamžikem skončení lhůty pro podání nabídek a činí 120 dnů.

1. **Otevírání obálek s nabídkami**

Otevírání obálek s nabídkami uchazečů se uskuteční **ihned po uplynutí lhůty pro podání nabídek** na adrese sídla Zadavatele (viz odst. 1.1 či čl. 8 této zadávací dokumentace).

Otevírání obálek se mají právo účastnit uchazeči, jejichž nabídky byly doručeny ve lhůtě pro podání nabídek. Za jednoho uchazeče je oprávněn učastnit se otevírání obálek nejvýše jeden (1) zástupce uchazeče, který se prokáže relevantním pověřením podepsaným osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče. Zadavatel bude po přítomných uchazečích požadovat, aby svou účast při otevírání obálek stvrdili podpisem v listině přítomných uchazečů.

1. **POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY**
2. Uchazeč musí nabídku zpracovat na kompletní realizaci předmětu plnění veřejné zakázky.
3. Varianty nabídky nejsou přípustné.
4. Nabídka se předkládá v listinné podobě v uzavřené obálce. Obálka s nabídkou musí být označena názvem veřejné zakázky, označením adresáta (Zadavatele) a označením odesílatele (uchazeče) včetně jeho adresy, obálka bude na uzavření opatřena razítkem uchazeče, případně podpisem.
5. Obálka musí být zabezpečena proti předčasnému otevření a musí být opatřena zřetelným nápisem:

VEŘEJNÁ ZAKÁZKA

"**TVORBA TV MINIPOŘADŮ A ROZSHLASOVÝCH SPOTŮ  
+ ZAJIŠTĚNÍ PROSTORU V TV A ROZHLASU**"

NABÍDKA – NEOTEVÍRAT

1. Nabídka musí být zpracována písemně v českém jazyce a musí obsahovat jméno a příjmení kontatkní osoby uchazeče, včetně kontatkní a e-mailové adresy.
2. Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly Zadavatele uvést v omyl.
3. Nabídka bude vyhotovena v počtu 2 kusů, z toho 1 originál a 1 kopie (doporučení Zadavatele).
4. Zadavatel požaduje jako součást nabídky předložení veškeré textové a tabulkové části nabídky (s výjimkou úředních dokladů) v elektronické formě na vhodném médiu (nejlépe CD) ve formátech .doc/.docx, .xls/.xlsx, .pdf, nebo .html. Elektronická forma a obsah nabídky musí být v plné shodě s listinnou formou nabídky. Elektronická forma (CD) musí být v originálním vyhotovení nabídky, v kopii být může.
5. Za originál nabídky bude považována pouze listinná forma nabídek označená jako „Originál“.
6. Všechny listy musí být číslovány nepřerušovanou vzestupnou řadou čísel a musí být spojeny způsobem, který zabraňuje nežádoucí manipulaci s nimi.
7. Obsahové náležitosti nabídky:
   * + Krycí list nabídky v závazném členění - viz příloha č. 1 (vzor)
     + Doklady prokazující splnění kvalifikačních předpokladů uchazeče – viz požadavky dle čl. 4 zadávací dokumentace.

* 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 (viz příloha č. 7 zadávací dokumentace).
* Má-li uchazeč formu akciové společnosti, seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek (není-li takových akcionářů, podá uchazeč o této skutečnosti prohlášení) – viz příloha č. 7.
* Prohlášení uchazeče o tom, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního právního předpisu (zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže) v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou (viz příloha č. 7).
  + - Návrh cenové nabídky a její specifikace – oceněná příloha č. 6.
    - Doklady pro hodnocení nabídky, tj. doklady dle bodu 2.1.2.5 písm. b) a c):
  + návrh 3 televizních minipořadů,
  + návrh 1 rozhlasového spotu.
    - Návrh smlouvy podepsaný osobou oprávněnou jménem či za uchazeče jednat a podepisovat v souladu se způsobem podepisování uvedeným ve výpise z Obchodního rejstříku popřípadě zmocněncem uchazeče a zpracovaný v souladu s touto zadávací dokumentací.

1. **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Krycí list nabídky (vzor)

Příloha č. 2: Prohlášení k prokázání základních kvalifikačních předpokladů

Příloha č. 3: Prohlášení o ekonomické způsobilosti

Příloha č. 4: Prohlášení o souhlasu se zapojením do realizačního týmu

Příloha č. 5: Návrh smlouvy

Příloha č. 6: Nabídková cena

Příloha č. 7: Prohlášení ke splnění požadavků dle § 68 odst. 3 zákona

Příloha č. 8: Harmonogram plnění

Příloha č. 9: Stručný popis projektu

V Praze dne 15.8.2012

…………………………………………

**Ing. Pavel Kryštof, ředitel**

Fond dalšího vzdělávání

1. *jde-li o právnickou osobu, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu a je-li statutárním orgánem dodavatele či členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu této právnické osoby; podává-li nabídku či žádost o účast zahraniční právnická osoba prostřednictvím své organizační složky, musí předpoklad podle tohoto písmene splňovat vedle uvedených osob rovněž vedoucí této organizační složky; tento základní kvalifikační předpoklad musí dodavatel splňovat jak ve vztahu k území České republiky, tak k zemi svého sídla, místa podnikání či bydliště* [↑](#footnote-ref-1)