**Příloha č. 7 zadávací dokumentace:**

**Informační materiál určený pro zpracování předmětu veřejné zakázky,**

**týkající se návrhu kampaně pro projekt „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“,**

**reg. č. CZ.1.07/3.1.00/41.0001, výzva č. 41 OP VK**

**MEDIAPLÁN**

**Projekt:** Stáže ve firmách – vzdělávání praxí

**2013 – 2014**

## Základní parametry:

## Kampaň je rozdělena do tří částí:

## 1. část: březen – červen 2013

## 2. část: září 2013 – leden 2014

## 3. část: březen 2014 – červen 2014

Zadavatel požaduje, aby **každá jednotlivá část kampaně byla pokryta výstupy jak z kategorie tištěná média, tak i online média.**

**Zadavatel v první části kampaně potřebuje cílit především na poskytovatele stáží, tj. firmy, a proto požaduje, aby toto uchazeči zohlednili při stanovení mediaplánu. V průběhu celé kampaně však musí být komunikovány všechny cílové skupiny. Uchazeč musí zohlednit, že kampaň má zasáhnout alespoň 50 % ekonomicky aktivní populace.**

## Návrh mediaplánu bude vyplněn do tabulky, která je přílohou č. 5 zadávací dokumentace, zvláštním listem pro tištěná média, online média a dále zvláštním listem pro tzv. 5 výstupů.

## Další informace pro tvorbu návrhu mediaplánu:

## Jednotlivé kategorie médií – tyto kategorie Uchazeč uvede do tabulky v Příloze č. 5 do sloupce KATEGORIE. Dále Uchazeč vyplní údaj o čtenosti daného titulu, resp. RU za měsíc daného serveru.

Při stanovování kategorií pro **tištěná média** bude uchazeč vycházet z dat výzkumu Media projekt, který je k dispozici na webových stránkách Unie vydavatelů: <http://www.unievydavatelu.cz/Upload/1047.pdf> , a to z údajů za 3 Q 2012.

**Z uvedených kategorií požaduje Zadavatel pouze následující (cč = celková čtenost):**

* Celostátní deníky, regionální deníky[[1]](#endnote-1) a deníky zdarma (cč min. 1 875 000) – TATO KATEGORIE MUSÍ BÝT ZASTOUPENA ALESPOŇ V JEDNÉ ČÁSTI KAMPANĚ.
* Celostátní suplementy (cč min. 375 000)
* Časopisy pro ženy (cč min. 375 000)
* Ekonomické časopisy (cč min. 65 000)
* Společenské časopisy (cč min. 375 000)
* Zpravodajské týdeníky – celostátní (cč min. 250 000)

Formáty inzerce: **Zadavatel požaduje výstupy o velikosti minimálně půlstrany, a to v každém vybraném titulu!**

Při stanovování kategorií pro **online média** bude uchazeč vycházet ze statistických informací o RU serverů, které jsou k dispozici např. na níže uvedeném zdroji - Netmonitor: <http://www.lupa.cz/nastroje/netmonitor/>, a to z údajů za měsíc říjen 2012 (jako poslední měsíc k dispozici v době vyhlášení VZ).

**V kategorii online médií požaduje Zadavatel pouze následující kategorie serverů (RU = reální uživatelé za měsíc):**

* HP rozcestníky (RU min. 2 500 000)
* Zpravodajství (RU min. 1 875 000) – TATO KATEGORIE MUSÍ BÝT ZASTOUPENA ALESPOŇ V JEDNÉ ČÁSTI KAMPANĚ.
* E-commerce - z této kategorie pouze servery s nabídkou práce (RU min. 250 000)
* TV a rádia (RU min. 625 000)
* Magazíny zaměřené na ženy a módu (RU min. 125 000)
* Bulvární magazíny (RU min. 1 875 000)
* Komunitní a teens servery, event. studentské (RU min. 300 000)
* Ekonomika, finance, právo (RU min. 625 000)

Zadavatel požaduje **typ banneru tzv. leaderboard**.

Další požadavky:

Návrh výstupů v různých titulech v dané kategorii je již součástí samotné nabídky uchazeče. Podmínkou je, aby **dodržel minimální požadovanou celkovou čtenost/RU v rámci dané kategorie, a to vždy v každé části kampaně, kde výstupy z této kategorie zařadí.**

**V každé části kampaně může uchazeč navrhnout více kategorií, ale vždy musí dodržet celkovou minimální čtenost/RU v rámci této kategorie.**

Dále zadavatel uvádí, že požadovaná celková čtenost je **stanovena součtem jednotlivých čteností titulů v dané kategorii**, stejné pravidlo platí i v online médiích, kde se v rámci jednotlivých kategorií počet reálných uživatelů za měsíc (RU) může sčítat.

Proto u všech titulů a serverů uvede uchazeč do tabulky nabídky vždy i čtenost daného titulu/počet RU za měsíc. Zároveň v nabídce uvede odkaz na použitý zdroj dat.. Čtenost musí být doložitelná, u údajů o čtenosti tištěných titulů Zadavatel žádá vycházet ze statistik za 3. Q 2012, u RU za měsíc ze statistik za měsíc říjen 2012, aby všechny nabídky byly vzájemně porovnatelné.

Příklad:

*Uchazeč si vybere pro 1. část kampaně (březen – červen 2013) kategorii „Celostátní deníky, regionální deníky a deníky zdarma“ s celkovou min. čteností 1 875  000. Aby byly dodrženy* ***minimální požadované podmínky****, je možné v dané části kampaně stanovit výstupy v této kategorii například následovně:*

*1 x Blesk (čtenost 1 223 000), 1x Deník celkem - tedy ve všech regionálních mutacích (čtenost 767 000).* ***Tedy cč v této kategorii při výběru uvedených titulů = 1 990 000.***

*Dále v 1. části kampaně (březen – červen 2013) uchazeč navrhne výstupy z kategorie Ekonomické časopisy. Pro splnění minimální čtenosti je možné v dané části kampaně stanovit výstupy v této kategorii například následovně:*

*1 x časopis Ekonom (čtenost 89 000).* ***Podmínka min. cč ve výši 65 000 je tedy splněna.***

1. Upřednostňujeme inzerování ve všech regionech ČR [↑](#endnote-ref-1)