

ČÁST 2 ZADÁVACÍ DOKUMENTACE »SPECIFIKACE ZAKÁZKY«

Předmět zakázky:

Předmětem zakázky je realizace mediální kampaně. Strategie této mediální a komunikační kampaně byla zpracována pracovníky VUT v Brně. Vybraný uchazeč této zakázky bude zajišťovat realizaci jednotlivých částí této strategie.

V rámci projektu Popularizace výsledků VaV VUT v Brně a podpora systematické práce se studenty se v průběhu let 2013- 2014 uskuteční několik akcí typu - den otevření dveří, „Den chemie“ apod. Chceme se také účastnit několika veletrhů (Gaudeamus Brno, Praha, Mezinárodní strojírenský veletrh). Přesný scénář akcí je v přípravě. Cílem kampaně je informovat vybrané cílové skupiny, tak i širokou veřejnost o chystaných akcích či informovat o výsledcích výzkumu a vývoje, k jejichž propagaci budou některé akce určeny. Jedním z cílů je přesvědčit cílové skupiny, aby navštívili či se zapojily do námi připravovaných akcí.

Cílové skupiny, které mají být aktivitami zasaženy, jsou především:

- žáci a studenti základních a středních škol
- studenti VŠ
- široká veřejnost

Pro jednotlivé akce je naplánována komunikační strategie, jak oslovit cílovou skupinu těchto akcí.

Komunikační strategie zahrnuje především využití několika komunikačních prostředků, které jsou součástí předmětu této veřejné zakázky.

Termín plnění zakázky: květen 2013 – duben 2014

Mediální kampaň

VUT v Brně plánuje v letech 2013 až 2014 uskutečnit několik akcí, které budou mít dopad zejména na studenty ZŠ, SŠ, VŠ a širokou i odbornou veřejnost.

Pro zviditelnění a podporu plánovaných aktivit požadujeme zajištění těchto produktů:

- plakátovací kampaň
- letáky



evropský
sociální
fond v ČR



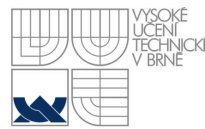
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- c) propagace v MHD
- d) pronájem CLV (citylighty)
- e) inzerce v médiích – v tisku a na internetu (bannery)
- f) propagace v rozhlasu - rozhlasové spoty

Dále v rámci této části zakázky požadujeme:

- g) Tvorbu maket
- h) zajištění služeb moderátora
- i) 200 hod grafických prací

Kreativní řešení mediální kampaně

Zadavatel požaduje, aby v nabídce byly zahrnuty i náklady na zpracování a výrobu všech vizuálů (plakátů, letáků, inzerátů, bannerů, maket, atd.) a také kreativní řešení rozhlasového spotu. Součástí nabídky bude tedy kreativní zpracování výše uvedeného. Podmínkou je, aby veškeré návrhy byly v souladu s pravidly OP VK a povinnou publicitou a také s logomanuálem projektu.

Zadavatel je oprávněn navrhopvat v kampani případné změny, které je uchazeč po vzájemné dohodě a v souladu s možnostmi, povinen zrealizovat. Jakákoli změna kampaně však nesmí mít vliv na cenu kampaně dle nabídky vybraného uchazeče, která je považována za cenu konečnou.

a) Výlep plakátů na výlepových plochách – plakátovací kampaň

Plakátovací kampaň zahrnuje:

- kreativní návrh plakátu (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
- vyhotovení plakátů (tisk)
- zajištění uveřejnění – pronájem ploch k výlepu
- fotodokumentace kampaní

Plakátovacích kampaní proběhne celkem 9 (tedy 9 variant návrhů plakátů).

Specifikace – 1 plakátovací kampaň (ostatní budou probíhat ve stejném režimu):

- informace pro tisk 1 varianty: náklad 150 ks, velikost A1, papír cca 200 g/m², křída mat, barevnost 4/0;
- zadavatel dodá obsah sdělení, uchazeč vytvoří kreativní grafický návrh
- každý návrh plakátu musí být před uveřejněním odsouhlasen zadavatelem
- uveřejnění (výlep) – na výlepových plochách v Brně:
 - doba uveřejnění 14 dnů (před konáním akce)
 - počet ploch 200
 - 50 ploch bude v blízkosti nejfrekventovanějších míst v Brně – jako je Hlavní nádraží, ul. Nádražní, Nové sady, v blízkosti nákupního centra Vaňkovka, Stará osada, ul. Česká, Moravské náměstí, Konečného náměstí, Mendlovo náměstí, Malinovského náměstí



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI





evropský
sociální
fond v ČR



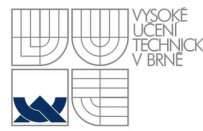
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- 100 ploch bude rozmístěno v rušnějších místech Brna

Uchazeč ve své nabídce předloží **Seznam výlepových ploch**, které budou/můžou být v rámci plnění zakázky využity (*Uchazeč využije předložený vzor*).

b) Letáky

Tato část zahrnuje:

- kreativní návrh letáku (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
- vyhotovení letáků (tisk)
- zajištění distribuce letáků

V průběhu období budou letáky zhotoveny celkem 5x (5 kampaní).

Specifikace letáky – 1 kampaň (ostatní budou probíhat ve stejném režimu):

- informace pro tisk 1 kampaně: náklad 300 ks, velikost A2, papír 150 g/m², křída mat, barevnost 4/4
- distribuce – 2 ks letáků, na 150 vybraných ZŠ, SŠ, VŠ

c) Propagace v MHD

- **Propagace uvnitř MHD**

Tato část zahrnuje:

- kreativní návrh plakátu (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
- vyhotovení plakátů (tisk)
- pronájem ploch k uveřejnění v tramvajích a trolejbusech MHD Brno
- fotodokumentace kampaní

Kampaň uvnitř v tramvajích a trolejbusech MHD Brna proběhne celkem 8x.

Specifikace – 1 kampaň v MHD

- informace pro tisk 1 kampaně: náklad 150 ks, velikost A3, papír min. 120 g/m², křída mat, barevnost 4/4
- pronájem ploch 150 míst v tramvajích a trolejbusech MHD Brno
- doba pronájmu ploch 1 měsíc

Jednotlivé linky hromadné dopravy pro kampaň v MHD na základě dohody s uchazečem vybere zadavatel.

- **Propagace na MHD – Tramboard**

Tato část zahrnuje:



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI





evropský
sociální
fond v ČR



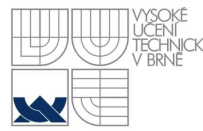
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Kreativní návrh „reklamy“ na folii, která bude nalepená na tramvaji (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
- Potisk nebo zajištění potisku fólie (rozměr je cca 600 x 250 cm)
- Pronájem plochy na 1 tramvaji MHD Brno (číslo linky dle výběru objednatele) a instalace fólie
- fotodokumentace kampaní

Kampaň na MHD proběhne celkem 2x.

Specifikace – 1 tramboard kampaň

- Doba pronájmu plochy na tramvaji – 1 měsíc
- Tramvajovou linku MHD Brno vybere zadavatel

d) Pronájem CLV (Citylighty)

Citylight je samostatně stojící prosvětlený poutač. Jde o velmi atraktivní reklamní nosič, který je viditelný 24 hodin denně.

Navržená reklamní plocha musí být vždy:

- situována v místě vysoké koncentrace osob nebo vozidel (nádraží, Stará osada, Mendlovo náměstí apod.);
- dobře viditelná během dne i v noci (nasvícení nebo vlastní osvětlení);
- bez překážek bránících v přímém pohledu (stromy, stavby apod.).

Tato část zahrnuje:

- kreativní návrh plakátu (tedy grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
- vyhotovení plakátů (tisk)
- pronájem CLV
- fotodokumentace kampaní

Kampaň CLV proběhne celkem 8x a to v průběhu doby plnění zakázky.

Specifikace – 1 CLV kampaň

- informace pro tisk 1 kampaně: rozměr plakátu cca 1,185 x 1,75 m, (viditelný rozměr 1,13 x 1,75 m), materiál – 150 g CLV papír, formát EPS/PDF, modus CMYK, rozlišení 300 DPI, fonty převedené do křivek, rozměr 1:6 (0,237 x 0,350 m), 2 mm spadávka z každé strany
- pronájem 10 ploch CLV a to na tramvajových zastávkách MHD (1x Česká, 1x Mendlovo náměstí, 2x Hlavní nádraží), na hlavním nádraží (uvnitř) 1x, v nákupních centrech (1x Vaňkovka, 2x Olympie), na Náměstí Svobody 2x.
- doba pronájmu 1 měsíc (jednotlivé měsíce pro uskutečnění kampaní vybere Zadavatel).



evropský
sociální
fond v ČR



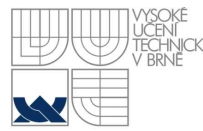
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

e) Inzerce v médiích

Inzerce v médiích bude rozdělena do dvou částí. Inzerce v tištěných médiích a inzerce na internetu. Uchazeč předloží nabídku efektivní bannerové kampaně na internetovém zpravodajském portálu, který bude garantovat minimální požadovaný počet zobrazení reklamy. Celkem se jedná o 5x bannerovou reklamu realizovanou vždy v sedmi po sobě jdoucích dnech.

Kampaň na internetu zahrnuje:

- Kreativní návrh banneru a jeho výrobu do vybraných ploch (grafické práce, zpracování textových částí – zadavatel dodá ústřední motiv a obsah sdělení)
- Kreativní návrh komerčního sdělení – zpracování textové části a ikony (po domluvě se zadavatelem)
- Pronájem inzertní plochy vybraného serveru na internetu
- Kampaň na internetu proběhne celkem 5x - bannerová reklama (5 různých variant) po 7 dní

Specifikace 1 kampaně:

- Typ banneru (dle kreativního návrhu) – GIF banner nebo flash banner
- Velikost banneru – leaderboard (rozměry min. 728x90 px) nebo skyscraper (120x600 px)
- Banner může obsahovat animace
- Umístění banneru musí být vždy na viditelném místě v horní ½ webové stránky (ne ve spodní části)

Webový server:

- zaměření vybraného webu:
 - a. zpravodajství – nejdůležitější; 2 bannerové reklamy budou uveřejněny na stránkách zpravodajských portálů
 - minimální týdenní návštěvnost 400 000 reálných uživatelů
 - minimální garantovaný počet zobrazení reklamy 600 000x za 1 týden
 - b. rubriky ekonomika, finance, právo, věda, sport, rubriky zaměřené na ženy a muže, společenské rubriky, bydlení – 3 bannerové reklamy budou uveřejněny v těchto tematických rubrikách
 - minimální týdenní návštěvnost 200 000 reálných uživatelů
 - minimální garantovaný počet zobrazení reklamy 400 000x za 1 týden

Pro stanovení hodnot minimální týdenní návštěvnost zadavatel vycházel z veřejné zprávy Výzkumu návštěvnosti internetu v České Republice, kterou vydává Sdružení pro internetovou reklamu.

Kampaň v tištěných médiích zahrnuje:

- Kreativní návrh inzerátu (grafické práce, zpracování textových částí, dtp zpracování)
- Pronájem inzertní plochy pro inzerát v tištěném médiu



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI





evropský
sociální
fond v ČR



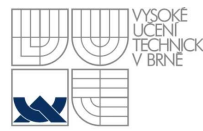
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Množství kampaní:

- 1x inzerát v deníku s celostátní působností (např. MF Dnes)
- 5x inzerát v deníku s regionální působností (např. MF Dnes – regionální příloha)

Pozn: Uvedený název celostátního deníku MF Dnes – je pouze příkladem pro lepší specifikaci požadavků.

Specifikace 1 kampaně – 1 inzerát:

- inzerát - deník s celostátní působností, rozsah 1/8 strany
- inzerát – deník s regionální působností, rozsah min. velikosti 137x202 mm
- plnobarevné provedení (CMYK)
- požadavky na deník s celostátní působností – musí dosahovat čtenosti na vydání min. 600 tis. čtenářů
- požadavky na deník s regionální působností – musí dosahovat čtenosti na vydání min. 60 tis. Čtenářů

Při stanovení limitů čtenosti na vydání jsme vycházeli ze výsledků zprávy Media projektu pro 2. a 3. kvartál 2012, která je zpracována společnostmi GfK Czech – Median.

f) Rozhlasové spoty

Tato část zahrnuje

- Výrobu spotu (příprava scénáře/textového návrhu, korektury, výrobu nahrávky vč. mluveného slova, hudebního podkresu, případně použitých zvuků)
- Počet spotů – 6 (pro různé akce)
- Zajištění odvysílání - *regionální vysílání – 5 spotů* (možnost výběru cílení kampaně dle kraje), *celostátní vysílání – 1 spot*

Specifikace 1 spotu

- Délka spotu 30 s
- Délka vysílání – 1 týden
- Vysílací čas – rozmezí – 6:00 – 20:00 hod
- Počet opakování vysílání – regionální 40x/1 týden, celostátní 30x/1 týden
- cílová skupina – bude specifikována zadavatelem před samotnou tvorbou spotu dle jeho obsahu

Specifikace rozhlasové stanice:

- regionální vysílání:

- rozhlasové stanice musí mít pokrytí krajů – jihomoravský, olomoucký, zlínský, moravskoslezský, vysočina
- týdenní poslechovost min. cca 160 tis. posluchačů

- celostátní (celoplošné) vysílání:

- rozhlasová stanice s cílovou skupinou - ekonomicky aktivní lidé ve věku 18 – 54 let



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI





evropský
sociální
fond v ČR



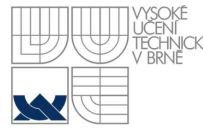
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- týdenní poslechovost min. cca 1600 tis. posluchačů,

Uchazeč v nabídce předloží seznam rozhlasových stanic, které je možné využít pro odvysílání spotu. Vybrané rozhlasové stanice musí v souhrnu pokrývat uvedené kraje. Zadavatel pak bude domlouvat s uchazečem vybranou rozhlasovou stanicí dle zacílení akce.

Při stanovení hranic pro týdenní poslechovost rádií jsme vycházeli z výsledků průzkumu Radio Projekt, agentury STEM/MARK a Median pro 2. a 3. kvartál 2012.

g) Tvorba maket

Makety různých profesí. Zadavatel chce pro využití na akcích mít k dispozici „makety“, které budou představovat pracovníky ve VaV.

Bude se jednat o zpracování maket vědců, stavařů, chemiků v životní velikosti. Každá maketa bude mít vyříznutý otvor v oblasti obličeje. Účastníci plánovaných akcí v rámci projektu, tak budou mít možnost se vyfotit prostřednictvím makety jako – vědec, stavař, chemik atd. Uchazeč zpracuje grafický návrh makety dle zadání zadavatele.

Technické požadavky - makety:

- musí být volně a však pevně stojící, tak aby je nebylo snadné převrhnout,
- musí být snadno přenosné pro využití na více akcích,
- materiál - vyrobené z desek kapa, s vyříznutým obličejem,
- potisk na maketách bude plnobarevný ve vysoké kvalitě
- rozměry – budou v životní velikosti

Počet maket:

6x volně stojící osoby

4x skupinová maketa 3-5 osob.

h) Zajištění služeb moderátora

Požadujeme zajištění moderátora na dvě jednodenní akce. Moderátor musí mít zkušenosti:

- 5 let s moderováním
- 3 roky praxe v rádiu

i) 200 hod grafických prací

Grafickými pracemi je myšleno dodání dalších 200 hod grafických prací pro zpracování pozvánek, roll-upů, cedulí apod. Jedná se o kreativní zpracování požadovaných objektů včetně konzultace. Grafické zpracování bude vždy odvozeno od představy zadavatele, kterou budou pracovníci zadavatele společně s grafickým pracovníkem uchazeče konzultovat. Grafický pracovník uchazeče bude respektovat návrhy a požadavky zadavatele.



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



OP Výzkum a vývoj
pro inovace



evropský
sociální
fond v ČR



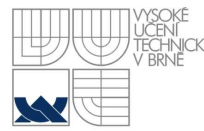
EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



VYSOKÉ
UCENÍ
TECHNICKÉ
V BRNĚ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tato část bude hrazena z projektu: Centrum výzkumu a využití obnovitelných zdrojů energie

Obecné zásady pro plnění předmětu zakázky

- Uchazeč se musí postarat o zajištění hladkého průběhu plnění dílčích částí zakázky. Dohlédneme na dodržování termínů, kvalitu materiálů a zpracování, správného rozeslání podkladů, distribuce na všechna místa.
- Zadavatel se zavazuje k včasné spolupráci při přípravě podkladů pro jednotlivé aktivity, dodání obsahových částí, včasnému se vyjadřování a připomínkování k návrhům.
- Tisk propagačních letáků, plakátů – v případě, že v rámci jedné části (např. tisk plakátů pro uveřejnění v CLV) bude nutné zajistit tisk ve větším rozsahu, než je ze strany zadavatele požadováno, bude to hrazeno uchazečem. Tyto případy musí uchazeč zahrnout do nabídkové ceny.
- Při zpracování kreativních návrhů (např. letáků, plakátů atd.) může zadavatel požadovat vytvoření návrhu také z různých fotografií, obrázků. V případě, že zadavatel není schopen tematickou fotografii, obrázek dodat, bude jejich zajištění na straně uchazeče. Uchazeč tedy zajistí dodání fotografií, obrázku z jeho vlastní „fotobanky“ či využije služby jiných dostupných „fotobank“. Využití fotografií, obrázku musí být zohledněno v nabídkové ceně.
- Harmonogram plnění zakázky – bude sestaven na základě dohody zadavatele a uchazeče po podpisu smlouvy. Uchazeč se bude snažit zajistit realizace dílčích plnění zakázky, tak aby proběhly k termínům připravovaných akcí.
- Při zpracování kreativních a grafických návrhů bude uchazeč dodržovat povinné prvky publicity požadované v OP VK, v OP VaVpl.



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



OP Výzkum a vývoj
pro inovace