

**Objednávka č. 4510041335 ze dne 13.01.2020 strana 1 z 1**

Kontaktní osoba/Telefon

Naše číslo faxu

E-mail

**Fakturu zašlete na adresu:**

Statutární město Plzeň, nám. Republiky 1  
Magistrát města Plzně, Škroupova 5  
306 32 Plzeň

Příjemce objednávky

**NEWTON Media, a.s.**  
**Na Pankráci 1683/127**  
**140 00 Praha 4-Praha4**

IČ: 28168356

Vaše číslo u nás: 50011132

Tel.: Fax:

Mobil:

Na faktuře uvádějte vždy číslo naší objednávky, zda se jedná o fyzickou nebo právnickou osobu a Vaše IČ, DIČ.

Dodací lhůta: **17.03.2020**

Pol. Služba/Materiál	Označení			
Objedn.množ	Jedn.	Cena za jedn.		Hodn.celkem
10	300060		analýza mediálního obrazu mP	
	1		Jedn.výk.	

Objednáváme u Vás zpracování analýzy mediálního obrazu města Plzně za období 1. 11. 2018 - 31. 10. 2019 dle Vaší nabídky uvedené v příloze.

Sjednaná cena: 114.950,- Kč vč. DPH (95.000,- Kč bez DPH)

Děkujeme.

Zhotovitel se zavazuje, že na jím vydaných daňových dokladech bude uvádět pouze čísla bankovních účtů, která jsou správcem daně zveřejněna způsobem umožňujícím dálkový přístup (§ 98 písm. d) zákona č.235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty). V případě, že daňový doklad bude obsahovat jiný než takto zveřejněný účet, bude takovýto daňový doklad považován za neúplný a objednatel vyzve zhotovitele k jeho doplnění. Do okamžiku doplnění si objednatel vyhrazuje právo neuskutečnit platbu na základě tohoto daňového dokladu"

V případě, že kdykoli před okamžikem uskutečnění platby ze strany objednatele na základě této smlouvy bude o zhotoviteli správcem daně z přidané hodnoty zveřejněna způsobem umožňujícím dálkový přístup skutečnost, že zhotovitel je nespolehlivým plátcem (§ 106a zákona č.235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty), má objednatel právo od okamžiku zveřejnění ponížít všechny platby zhotoviteli uskutečňované na základě této smlouvy o příslušnou částku DPH. Smluvní strany si sjednávají, že takto zhotoviteli nevyplacené částky DPH odvede správci daně sám objednatel v souladu s ustanovením § 109a zákona č. 235/2004 Sb.

Vystavil: Příkazce operace: Mgr. Jana Komišová  
pověřená vedením Kanceláře primátora

Správce rozpočtu:

Dne: Schválil dne: 13. 1. 2020

Schválil dne:

Akceptace objednávky (přijetí nabídky)  
Tímto akceptujeme Vaši shora uvedenou objednávku.

Dne 21. 1. 2020

.....  
Ing. Petr Herian  
předseda představenstva

# Nabídka analýzy mediálního obrazu statutárního města Plzeň

Období: 1.11.2018 – 31.10.2019

---

Pro společnost: Magistrát města Plzně

Datum zpracování: 13.1.2020

## Co vám nabízíme?

Nabízíme Vám zpracování kvalitativně-quantitativní analýzy mediálního obrazu města Plzně, a to ve dvou variantách lišících se délkou sledovaného období (4 roky, 1 rok). U analýzy za období 1.11.2014 – 31.10.2018 budou částečně využita data z již zpracované analýzy z roku 2015. Výsledky mediální analýzy lze využít pro obsahové nasměrování vlastních aktivit zaměřených na další zlepšování image města, Magistrátu a jeho představitelů. Vzhledem k velké medializaci města Plzeň navrhujeme analýzu zpracovat z vybraných médií, jež jsou charakteristické vysokým dopadem na obyvatele ČR nebo jsou relevantní pro sledovaný region.

### Analýza by odpověděla na tyto otázky:

- Jaký byl vývoj publicity města Plzně ve sledovaném období podle vyznění příspěvků (pozitivní, spíše pozitivní, neutrální, negativní, spíše negativní)? Lze v něm vysledovat nějaký trend?
- Jakou část publicity města Plzně tvořily příspěvky s tematikou sportu (prosté sportovní výsledky fotbalu, reportáže z hokejových a fotbalových zápasů, atletika apod.)?
- Jaký byl mediální dopad zpráv daný čteností a sledovaností médií? Které zprávy měly největší vliv na občany ČR?
- S jakými tématy byla Plzeň v médiích spojována a jaký byl jejich mediální dopad (komerční sektor, kultura, zdravotnictví, doprava, životní prostředí apod.)?
- Které konkrétní události nejvíce ovlivnily mediální obraz Plzně a v jakém směru? Jak se vyvíjely nejvíce medializované události v průběhu sledovaného období? (TOP 5 nejvíce medializovaných nebo vybraných kauz)
- Kteří představitelé města Plzně (primátor, náměstci a členové Rady) se v médiích objevovali a s jakým vyzněním?
- Která média přinášela pozitivní informace o Plzni a která naopak její obraz soustavně poškozovala?

### Navrhujeme následující strukturu analýzy:

Executive Summary (Manažerské shrnutí výsledků analýzy)

1. Podíl sportovní tematiky a publicity města
2. Vývoj medializace města Plzně ve sledovaném období podle tonality (pozitivní, spíše pozitivní, neutrální, negativní, spíše negativní)
3. Celkový mediální obraz tonality za celé sledované období; vývoj po letech
4. Přehled publicity ve sledovaných médiích (počty příspěvků a jejich tonalita)
  - 4.1. Mediální obraz v jednotlivých mediatypech (celostátní tisk, regionální tisk, online, televize a rozhlas)
5. Tematická struktura publicity Plzně (počty příspěvků v jednotlivých tématech, jejich tonalita a mediální dopad)
6. TOP události v medializaci města (počty příspěvků, jejich tonalita a mediální dopad)
  - 6.1. Vývoj TOP 5 nejčastěji medializovaných událostí (event. vybraných zadavatelem)
7. Představitelé města Plzně (primátor, náměstkyně, členové Rady) a jejich obraz v médiích



### Sledovaná média:

Mladá fronta DNES (vč. regionální mutace zaměřené na Plzeňský kraj), Hospodářské noviny, Lidové noviny, Právo (vč. regionální mutace zaměřené na Plzeňský kraj), Plzeňský deník, aktualne.cz, ČT 1, TV Nova, Prima TV, ČRo Radiožurnál, ČRo Plzeň

**Formát výstupu:**

- > Pdf dokument s grafy a komentářem

**Cena:**

Produkt/služba	Periodicita	Cena bez DPH
A) Analýza za období 1.11.2018 – 31.10.2019	jednorázově	95 000 Kč

**Termín dodání:**

17. 3. 2020

**Monitorovaná média:**

tisk



televize



rozhlas



weby

**Kontakt:**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Key Account Manager

M: 00420 xxx xxx xxx

T: 00420 xxx xxx xxx

[xxx@newtonmedia.cz](mailto:xxx@newtonmedia.cz)

NEWTON Media, a.s.

Na Pankráci 1683/127, 140 00 Praha 4

[www.newtonmedia.cz](http://www.newtonmedia.cz)