**Dodatek č. 1 ke**

**Smlouvě o dílo ze dne 1. 12. 2020**

„Návrh a realizace marketingové kampaně pro ZČU (akademický rok 2020/2021)“

*dle ust. § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen o.z.)*

číslo smlouvy objednatele: bude uvedeno v záznamu o uveřejnění smlouvy v registru smluv dle zák. č. 340/2015 Sb.

#### Smluvní strany

1) **Beneš & Michl s.r.o.**

se sídlem: Božkovská 33, 326 00 Plzeň

IČ: 280 46 234

DIČ: CZ 280 46 234

zastoupená: Ing. Jakubem Michlem, jednatelem

(dále jen „zhotovitel“)

**a**

2) **Západočeská univerzita v Plzni**

se sídlem: Univerzitní 2732/8, 301 00 Plzeň

IČ: 49777513

DIČ: CZ49777513

zřízena zákonem č. 314/1991 Sb.

zastoupená: Ing. Petrem Hofmanem, kvestorem

Kontaktní osoba: Bc. Jiří Chroust, tel.: +420 377 631 074, e-mail: [chroustj@rek.zcu.cz](mailto:chroustj@rek.zcu.cz)

(dále jen „objednatel“)

Vzhledem k tomu, že:

1. mezi smluvními stranami byla dne 1. 12. 2020 uzavřena smlouva o dílo (dále jen „**SOD**”), jejímž předmětem je:
   1. *Zhotovení návrhu marketingové kampaně na komunikaci nového strategického záměru ZČU, vytvoření kreativního konceptu, nastavení mediálního plánu, konkrétní rozpracování konceptu, nákup mediálního prostoru, produkce kampaně.*
   2. *Hlavním cílem marketingové kampaně je prezentace stěžejních bodů nového strategického záměru ZČU směrem k široké veřejnosti a její seznámení s vizí, kterou chce ZČU naplňovat ve strategickém období 2021 – 2025.*
   3. *Sekundárním cílem marketingové kampaně je rozšíření povědomí o značce ZČU a zvýšení počtu uchazečů o studium na ZČU.*
   4. *Marketingová kampaň bude také obsahovat vytvoření kreativního konceptu, který určí Unique Selling Proposition a navrhne způsob jeho vizuální prezentace.*
   5. *Částí díla bude také vyhotovení mediálního plánu, jež definuje kde, na jak dlouhou dobu a v jaké podobě se bude marketingová kampaň prezentovat.*
   6. *Marketingová kampaň se bude prezentovat v online i offline prostoru.*
   7. *Prezentace v offline prostoru se bude primárně odehrávat v Plzeňském kraji.*
   8. *Součástí vyhotovení díla bude také nákup mediálního prostoru, který bude vycházet z připraveného mediálního plánu.*
   9. *Dle mediálního plánu bude marketingová kampaň rozpracována do konkrétních formátů dle jejich umístění.*
   10. *Součástí tohoto díla je také produkce marketingové kampaně, tedy umístění všech dílčích formátů do daného prostoru a jejich předání zadavateli.*
   11. *Marketingová kampaň se vzhledem k jejím stanoveným cílům bude odehrávat v únoru a březnu roku 2021.*
2. Smlouva byla uzavřena na základě výsledku poptávkového řízení veřejné zakázky malého rozsahu realizovaného mimo režim zák. č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „ZZVZ“).
3. Během provádění díla v důsledku okolností, které nemohl objednatel jednající s náležitou péčí předvídat, byla zjištěna nová potřeba objednatele v průběhu realizace zakázky dodatečně zanalyzovat a přehodnocovat dopady nouzového stavu spojeného s pandemií Covidu-19 na vysoké školství do již zpracovaných bodů nového strategického záměru ZČU pro období 2021 – 2025, jenž ovšem má být stěžejním podkladem pro tvorbu a následnou realizaci celé marketingové kampaně dle této smlouvy. Dále objednatel konstatuje, že tato revize posunula i možný termín reálného provedení díla do pro zadavatele nevhodné doby realizace reklamní kampaně (uzavření výuky na vysokých školách, omezení mobility osob mezi okresy, celkové omezení mobility cílových skupin kampaně) a provedení takové kampaně je pro něj za této situace neúčelné a nehospodárné. Z tohoto důvodu se obě smluvní strany dohodly, že realizace kampaně bude provedena v jiném vhodném termínu, za který objednatel považuje podzimní období roku 2021 (období začátku nového akademického roku). Zhotovitel je ochoten tuto termínovou změnu provedení díla akceptovat a zajistit všechny kroky vedoucí k zajištění realizace kampaně v novém vhodném čase dle požadavků objednatele.
4. Smluvní strany se dohodly na následující změně čl. **II. Smlouvy, který nově zní:** *„Zhotovitel se zavazuje Dílo provést nejpozději do 30. 11. 2021“*.
5. Příloha č. 1 smlouvy Popis díla se mění v bodě 11. takto: „*Marketingová kampaň se vzhledem k jejím stanoveným cílům bude odehrávat v září až listopadu roku 2021*.“
6. Ustanovení SOD tímto dodatkem nedotčená se nemění.
7. Tento dodatek je uzavřen dnem podpisu poslední smluvní stranou a nabývá účinnosti dnem jeho zveřejnění v Registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv.
8. Nebude-li tento dodatek zveřejněn v souladu s ust. § 5 zák. č. 340/2015 Sb. Objednatelem nejpozději do jednoho měsíce po jeho uzavření, je Zhotovitel povinen tento dodatek uveřejnit v souladu s ust. § 5 zák. č. 340/2015 Sb. nejpozději do 3 měsíců od jeho uzavření.
9. Tento dodatek je vyhotoven v listinné podobě v počtu tří (3) stejnopisů s platností originálu, z nichž dvě (2) vyhotovení obdrží Objednatel a jedno (1) Zhotovitel.

Objednatel: Zhotovitel:

Dne: Dne:

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Západočeská univerzita v Plzni Beneš & Michl s.r.o.**

Ing. Petr Hofman Ing. Jakub Michl

Kvestor Jednatel