



Č. j. MSMT-888/2021-19



Smlouva o dílo

Nákup mediálního prostoru na internetu a v tisku

uzavřená podle § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Smluvní strany




1. Česká republika – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

Se sídlem: Karmelitská 529/5, 118 12 Praha 1
Jednající: Bc. Jan Frisch, ředitel odboru technické pomoci
IČO: 00022985
Bankovní spojení: 
Číslo účtu: 

(dále jen „Objednatel“)

a

2. REMMARK, a.s.

Se sídlem: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
Zastoupený: 
IČO: 25652869
DIČ: CZ25652869
Bankovní spojení: 
Číslo účtu: 
Společnost je zapsána v OR, vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 5258

(dále jen „Zhotovitel“)

(dále společně označovány jako „smluvní strany“)

uzavřely níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu o dílo (dále jen „Smlouva“)



1. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

- 1.1 Výše uvedené smluvní strany uzavírají tuto Smlouvu na základě výsledků zadávacího řízení pro veřejnou zakázku s názvem Nákup mediálního prostoru na internetu a v tisku.
- 1.2 V rámci tohoto zadávacího řízení vystupoval Objednatel v pozici zadavatele a Zhotovitel v pozici dodavatele, jehož nabídka byla na základě provedeného hodnocení nabídek vybrána jako nejvhodnější.

2. PŘEDMĚT A ÚČEL SMLOUVY

- 2.1 Předmětem této Smlouvy je plánování, realizace a nákup mediálního prostoru pro mediální kampaň v online a tištěných médiích k propagaci operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání (dále jen „OP VVV“) dle technické specifikace Objednatele, konkrétně s přílohou č. 1 Smlouvy (dále jen „mediální kampaň“). Rozpad rozpočtu do mediátů a reklamních formátů musí být dodržen v souladu s touto přílohou. Zhotovitel se zavazuje naplánovat, rezervovat a následně nakoupit pro zadavatele mediální prostor a zajistí nasazení reklamy (inzerce) na internetu a v tisku. Součástí předmětu plnění je i vyhotovení závěrečné zprávy o realizované mediální kampani, která bude dokládat naplnění obsahu předmětu plnění.
- 2.2 V rámci kampaně bude prezentováno 14 příběhů osob podpořených v rámci projektů OP VVV. Každá vybraná podpořená pozice/projekt bude prezentován podklady dodanými Objednatelem bezprostředně po nabytí účinnosti Smlouvy, a to:
 - videem o délce cca 1 minuty,
 - zkráceným videem o délce cca 15 vteřin,
 - bannery vycházejícími z videí pro online média a sociální sítě a
 - celobarevným inzerátem v denících s regionální přílohou.

Každý příběh bude nasazen v médiích dle kraje, ze kterého pochází, a to v 50 % mediálního prostoru pro daný region. Ve zbylých 50 % mediálního prostoru v daném regionu budou nasazeny dva odlišné příběhy ze sousedních krajů, a to v poměru 25 % a 25 %. Objednatel požaduje rovnoměrné nasazení příběhů v daných krajích.

- 2.3 Objednatel uvádí příklady 14 pozic¹ (viz Prezentované projekty a jejich rozdělení do regionů), které vhodně reprezentují jednotlivé prioritní osy (resp. klíčové výzvy) OP VVV a které budou základem 14 příběhů osob podpořených v rámci projektů OP VVV. Zároveň je u každé pozice uveden kraj a konkrétní výzva, ze které je projekt vybrán pro spolupráci na mediální kampani. Jedná se o 14 úspěšných projektů podpořených z OP VVV a jejich dopad prezentovaný skrze 14 příběhů osob podpořených v rámci těchto projektů: od dětí z MŠ a žáků ZŠ po zkušené vědce. Podpořené osoby budou sdělovat/reprezentovat, jak jim dotace z OP VVV pomohla. Příběhy budou v rámci České republiky rozmístěny tak, aby každý byl z jiného kraje a poukázalo se tak na široký dopad intervencí OP VVV.

¹ Pokud se kdekoli v textu uvádí pozice v mužském rodě, jedná se o souhrnné označení ženského i mužského rodu a naopak.



2.4 Struktura mediální kampaně:

Online média – podíl na celkovém rozpočtu je stanoven na 80 %

- Pre-roll videoreklama cca 15 s - zpravodajské a názorové weby,
- Pre-roll videoreklama cca 1 min - zpravodajské a názorové weby,
- Bannery - zpravodajské a názorové weby,
- Bannery pro mobilní zařízení - zpravodajské a názorové weby,
- Přeskočitelné reklamy - sociální sítě,
- Nepřeskočitelné reklamy - sociální sítě,
- Promovaný video post - sociální sítě,
- Videoreklama - sociální sítě.

Tištěná média – podíl na celkovém rozpočtu je stanoven na 20 %.

- Celobarevný inzerát – deníky s regionální přílohou.

2.5 Cílovou skupinou mediální kampaně je široká veřejnost nad 18 let. Cílová skupina je stejná pro všechny kraje bez ohledu na vybraný prezentovaný projekt v daném kraji (bližší podrobnosti jsou stanoveny v příloze č. 2 Smlouvy). Záměrem kampaně je zasáhnout maximální možný počet občanů ČR náležejících do cílové skupiny.

2.6 Mezi požadované výstupy mediální kampaně patří:

- **mediaplán** obsahující alespoň plánovaný počet impresí dle jednotlivých webů, index afinity, konkrétní data uveřejnění a konkrétní data pro zaslání grafických podkladů médiím,
- **postbuy analýza** obsahující alespoň click rating, reálný počet impresí návštěvníkům z cílové skupiny oproti mediaplánu, net reach, průměrnou frekvenci setkání s reklamou, počet reálných uživatelů, sociodemografický profil uživatelů, ATS a bounce rate, a
- **závěrečná zpráva**, která bude dokládat naplnění obsahu předmětu plnění. Přílohou zprávy budou kopie realizovaných výstupů (popř. nosiče s kopiemi inzertních výstupů). Pro každý realizovaný inzertní výstup bude uveden zásah v cílové skupině v jednotkách TRP s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. U online médií bude zásah doložen počtem zhlédnutí (videoreklamy, bannerů, reklamy na sociálních sítích atp.). Případně mohou být uvedeny jiné jednotky, relevantní k danému mediatypu a reklamnímu formátu. Pro online formáty Objednatel požaduje reporting a printscreeny od všech projektů. Zhotovitel doloží počty impresí a CPT s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. U tištěných médií Zhotovitel doloží počty TRP s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. Zpráva bude vyhotovena elektronicky a bude nedílnou součástí akceptace plnění veřejné zakázky.

2.7 Objednatel požaduje v případě online kampaně (netýká se sociálních sítí a YouTube) nasazení (adserving) a měření DSP systémem (např. Adform, Gemius), přičemž



Zhotovitel Objednateli poskytne 1 samostatný přístup (1x přihlašovací údaje) do DSP. V rámci online kampaně na sociálních sítích, v případě, že Zhotovitel zvolí Facebook, musí být kampaň nasazena přes Facebook BM a Objednateli bude poskytnut 1 samostatný přístup (1x přihlašovací údaje) do Facebook BM. V případě, že Zhotovitel zvolí jinou sociální síť, bude postupovat analogicky. V případě vybrání YouTube, musí být kampaň nasazena přes Google Ads a Objednateli bude poskytnut 1 samostatný přístup (1x přihlašovací údaje) do Google Ads. Všechny přístupy musí být aktivní nejpozději první den kampaně a musí zůstat přístupné nejméně 6 měsíců od skončení mediální kampaně.

- 2.8** Účelem této Smlouvy je uzavřít smlouvu o dílo s vybraným dodavatelem, který pro Objednatele připraví mediální kampaň v požadovaném rozsahu a kvalitě.

3. DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ, PŘEDÁNÍ A PŘEVZETÍ POŽADOVANÝCH VÝSTUPŮ

- 3.1** Smluvní strany si ujednaly, že Zhotovitel započne s plněním předmětu Smlouvy bezodkladně po nabytí účinnosti. Mediální kampaň bude začínat nejpozději 5 pracovních dní od schválení mediaplánu a bude trvat 6 týdnů.

- 3.2** Harmonogram plnění předmětu Smlouvy je následující:

- Mediaplán – Zhotovitel se zavazuje mediaplán na celé období kampaně předat nejpozději do 3 pracovních dnů ode dne uveřejnění smlouvy v registru smluv. Objednatel je oprávněn vznést k obsahu mediaplánu připomínky, a to nejpozději do 3 pracovních dnů od doručení mediaplánu. Pokud v tomto časovém úseku Zhotovitel neobdrží od Objednatele žádnou připomínku, má se za to, že Objednatel neuplatnil žádné připomínky. Pokud připomínky Objednatel uplatní, stanoví Zhotoviteli přiměřenou lhůtu k vypořádání připomínek, minimálně však 24 hodin od doručení připomínek. Zhotovitel se zavazuje reflektovat veškeré připomínky Objednatele. Připomínkové řízení k mediaplánu může probíhat vícekolově.
- Postbuy analýza a Závěrečná zpráva – Zhotovitel se zavazuje postbuy analýzu i Závěrečnou zprávu předat do 15 kalendářních dnů po skončení měsíce, v němž byla kampaň ukončena. Objednatel je oprávněn vznést k obsahu postbuy analýzy i závěrečné zprávy připomínky, a to nejpozději do 5 pracovních dnů od jejich doručení. Pokud v tomto časovém úseku Zhotovitel neobdrží od Objednatele žádnou připomínku, má se za to, že Objednatel neuplatnil žádné připomínky. Pokud připomínky Objednatel uplatní, Zhotovitel bude mít 5 pracovních dnů na jejich zpracování. Zhotovitel se zavazuje reflektovat veškeré připomínky Objednatele. Připomínkové řízení může probíhat vícekolově.

- 3.3** Místem plnění je Česká republika.

- 3.4** Ukončení plnění nastává podpisem akceptačního protokolu o závěrečné zprávě Objednatelem.

- 3.5** Všechny požadované výstupy dle čl. 3. odst. 3.2 Smlouvy budou Objednateli předloženy v odpovídajících termínech tak, aby mohly být řádně připomínkovány.



- 3.6** Finální návrhy jednotlivých výstupů v elektronické podobě předává Zhotovitel ve výše požadovaných termínech. Proces připomínkování a akceptace je elektronický. Finální verze každého výstupu, tj. verze, ke kterým nejsou ze strany Objednatele uplatněny další připomínky nebo výhrady a které jsou ze strany Objednatele odsouhlaseny, budou schváleny Objednatelem a převzaty zápisem (akceptačním protokolem) podepsaným zástupci Objednatele i Zhotovitele.

4. CENA A PLATEBNÍ PODMÍNKY

- 4.1** Celková cena za předmět Smlouvy v rozsahu plnění dle čl. 2 této Smlouvy činí 4.000.000,00 Kč bez DPH (slovy: čtyřimiliony korun českých) bez DPH.
DPH ve výši 21 % činí 840.000,00 Kč (slovy: osmsetčtyřicettisíc korun českých).
Celková cena včetně 21 % výše DPH činí 4.840.000,00 Kč (slovy: čtyřimilionyosmsetčtyřicettisíc korun českých).
- 4.2** Jednotkové ceny pro účely fakturace za jednotlivé výstupy jsou uvedeny v příloze č. 1 této Smlouvy.
- 4.3** Zhotovitel je oprávněn vystavit fakturu (daňový doklad) na základě oboustranně podepsaného akceptačního protokolu k postbuy analýze a závěrečné zprávě.
- 4.4** Cena zahrnuje veškeré a konečné náklady spojené se zhotovením jednotlivých výstupů. Za neměnný základ se považuje cena bez DPH. Sazba DPH je ve Smlouvě uvedena v zákonné výši ke dni podpisu Smlouvy. V případě změny sazby DPH v průběhu účinnosti Smlouvy bude cena adekvátně změněna, sazba DPH bude účtována vždy v zákonné výši.
- 4.5** Objednatel nebude poskytovat žádné zálohové platby.
- 4.6** Splatnost faktur činí 30 kalendářních dnů ode dne jejich doručení Objednateli. Faktura musí obsahovat všechny náležitosti daňového dokladu dle příslušných ustanovení zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Přílohou faktury budou stanovené akceptační protokoly podepsané oběma smluvními stranami. Pokud termín doručení faktury Objednateli připadá na období od 12. prosince běžného roku do 12. února roku následujícího, prodlužuje se splatnost faktury z původních 30 dní na 60 dní.
- 4.7** Pokud faktura neobsahuje všechny zákonem a Smlouvou stanovené náležitosti, je Objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že Zhotovitel je poté povinen doručit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není Objednatel v prodlení s úhradou.
- 4.8** Faktura bude označena názvem příslušného operačního programu (tj. OP VVV) a příslušným registračním číslem a názvem projektu, ze kterého bude hrazena, dle pokynů Objednatele.
- 4.9** Platby budou probíhat výhradně v CZK. Platby budou uskutečňovány bezhotovostním převodem z účtu Objednatele na účet Zhotovitele. Za den úhrady se považuje den, kdy finanční částka byla odepsána z účtu Objednatele a směřuje na účet určený Zhotovitelem.



5. POVINNOSTI ZHOTOVITELE

- 5.1 Zhotovitel je povinen při plnění předmětu Smlouvy postupovat s odbornou péčí a v souladu s právními předpisy, které se k danému předmětu plnění vztahují tak, aby bylo dosaženo cíle a účelu plnění.
- 5.2 Zhotovitel plnění poskytne na své náklady a nebezpečí a odpovídá za jeho sjednanou, resp. obvyklou kvalitu.
- 5.3 Zhotovitel se zavazuje poskytovat plnění předmětu Smlouvy včas (při dodržení stanovených termínů) a kvalitně (bez vad jakosti, množství, kompletnosti apod.).
- 5.4 Zhotovitel je povinen chránit a prosazovat práva a oprávněné zájmy Objednatele a řídit se jeho pokyny. Pokyny Objednatele však není vázán, jsou-li v rozporu se zákonem. Zhotovitel se zavazuje oznámit Objednateli všechny okolnosti, které zjistil při plnění předmětu Smlouvy, které mohou mít vliv na změnu pokynů Objednatele.
- 5.5 Zhotovitel bude dostávat pokyny na jednotlivé úkony služby od kontaktní osoby určené Objednatelem. Tato kontaktní osoba je oprávněna zadávat, konkretizovat a upřesňovat požadovaná zadání na plnění předmětu Smlouvy.
- 5.6 Zjistí-li Zhotovitel, že pokyny Objednatele jsou nevhodné či neúčelné nebo v rozporu se zákonem a jinými právními předpisy, je povinen Objednatele na tuto skutečnost upozornit. Bude-li Objednatel přes toto upozornění na splnění svých pokynů trvat, má Zhotovitel právo požádat o písemné potvrzení pokynu nebo přerušit poskytování služeb za předpokladu, že pokyny jsou v rozporu se Smlouvou, nebo platnými právními předpisy.
- 5.7 Zhotovitel je povinen dodržet jmenovité obsazení realizačního týmu včetně rolí jednotlivých členů. Tento seznam je uveden v příloze č. 3 této Smlouvy.
- 5.8 V případě nutnosti změny nebo doplnění realizačního týmu je Zhotovitel povinen tohoto člena nahradit, resp. doplnit osobou se stejnou kvalifikací a u 3 členů realizačního týmu, u kterých byly hodnoceny zkušenosti s předmětem plnění Smlouvy, je Zhotovitel povinen takového člena nahradit adekvátní náhradou. Objednatel si vyhrazuje právo odmítnout Zhotovitelem nově navrženého člena týmu, pokud nebude splňovat kvalifikační požadavky vyplývající ze ZD. Při takové změně nemusí být uzavírán dodatek ke Smlouvě, avšak změnu je Zhotovitel povinen oznámit bezodkladně Objednateli. Taková změna vyžaduje odsouhlasení Objednatelem.
- 5.9 Zhotovitel se zavazuje upozorňovat Objednatele včas na všechny hrozící vady či výpadky svého plnění, jakož i poskytovat Objednateli veškeré informace, které jsou pro plnění nezbytné.
- 5.10 Zhotovitel je povinen neprodleně Objednateli písemně oznámit překážky, které mu brání v plnění a výkonu dalších činností souvisejících s plněním.
- 5.11 Zhotovitel upozorní Objednatele na potenciální rizika vzniku škod a včas a řádně dle svých možností provede taková opatření, která riziko vzniku škod zcela vyloučí nebo sníží.



5.12 Zhotovitel je povinen uvést na titulní straně každého materiálu vztahujícího se k této Smlouvě logolink OP VVV (např. v záhlaví a zápatí). Požadovaný logolink s přesnými rozměry a pravidly pro jejich tvorbu je uveden na následujícím odkazu:

<https://opvvv.msmt.cz/clanek/pravidla-pro-publicitu.htm>.

5.13 Zhotovitel je povinen poskytnout součinnost jako osoba povinná spolupůsobit při výkonu finanční kontroly (viz § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů) k poskytnutí součinnosti Objednateli i kontrolním orgánům při provádění finanční kontroly dle citovaného zákona.

5.14 Zhotovitel se zavazuje k uchování účetních záznamů a dalších relevantních podkladů souvisejících s poskytnutím služeb dle platných právních předpisů.

5.15 Zhotovitel je povinen poskytnout Objednateli či oprávněným orgánům maximální možnou součinnost při provádění kontroly projektu, z něhož je plnění Smlouvy hrazeno, předloží na vyžádání doklady vztahující se k předmětu Smlouvy a doloží další významné skutečnosti požadované Objednatelům či oprávněným orgánům. Zhotovitel umožní Objednateli či oprávněným orgánům výkon práva kontroly, a to po celou dobu, po kterou je to vyžadováno legislativou daného operačního programu případně jinými předpisy EU nebo ČR, tj. pro OP VVV minimálně do roku 2033, po tuto dobu je také povinen zajistit i archivaci dokumentů.

5.16 Zhotovitel je v rámci online reklamy povinen vyloučit z jejího zobrazování webové stránky a platformy spadající mezi dezinformační weby a platformy, jejichž seznam je v okamžiku schválení mediaplánu uveden na <https://www.nfnz.cz/domaci-konspiracni-servery>.

6. POVINNOSTI OBJEDNATELE

6.1 Objednatel se zavazuje Zhotoviteli poskytovat včasné, úplné a pravdivé informace a předkládat mu veškeré materiály potřebné k řádnému plnění předmětu Smlouvy, jakož i poskytnout veškerou potřebnou součinnost; zejména stvrzuje pravdivost údajů, které Zhotoviteli v souvislosti s jeho činností dle této Smlouvy poskytl, a je srozuměn s následky poskytnutí nepravdivých a neúplných informací poskytnutých pro plnění dle této Smlouvy.

6.2 Objednatel je povinen Zhotoviteli poskytnout a zajistit nezbytnou spolupráci.

6.3 Objednatel se zavazuje zajistit průběžnou dostupnost kontaktního pracovníka pro potřeby konzultací s pověřenými pracovníky Zhotovitele.

6.4 Objednatel se zavazuje zajistit v případě potřeby účast pověřených pracovníků Objednatele na dohodnutých setkáních se Zhotovitelem.

7. DŮVĚRNOST INFORMACÍ

7.1 Zhotovitel se zavazuje během plnění Smlouvy i po uplynutí doby, na kterou je Smlouva uzavřena, zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se při poskytování služeb dozví, a nakládat s nimi jako s důvěrnými (s výjimkou informací, které již byly veřejně publikované).



- 7.2** Zhotovitel je oprávněn zpracovávat pouze osobní údaje nezbytné pro splnění předmětu této smlouvy, zejména jméno, příjmení, e-mailovou adresu a telefonní číslo osob vystupujících v Kreativních výstupech, a to na základě doložených pokynů Objednatele (dále jen „údaje“).
- 7.3** Zhotovitel se zavazuje, že pokud v souvislosti s realizací této Smlouvy při plnění svých povinností přijdou jeho pověření zaměstnanci do styku s údaji ve smyslu nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. 4. 2016, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů - dále jen „GDPR“), učiní veškerá opatření, aby nedošlo k neoprávněnému nebo nahodilému přístupu k těmto údajům, jejich změně, zničení či ztrátě, neoprávněným přenosům, k jejich neoprávněnému zpracování, jakož aby i jinak GDPR porušil. Zhotovitel nese plnou odpovědnost za případné porušení GDPR z jeho strany. Zhotovitel nezapojí do zpracování údajů žádné další osoby mimo svých pověřených zaměstnanců a zajistí, aby se jeho pověření zaměstnanci, oprávnění zpracovávat údaje, zavázali k mlčenlivosti.
- 7.4** S ohledem na opatření proti neoprávněnému nebo nahodilému přístupu k údajům, jejich změně, zničení či ztrátě, neoprávněným přenosům a zpracování, o nichž je řeč v předchozím odstavci, se Zhotovitel zavazuje přijmout opatření vyjmenovaná v čl. 32. GDPR, přičemž zároveň přihlédne ke stavu techniky, nákladům na provedení, povaze zpracování, rozsahu zpracování, kontextu zpracování a účelům zpracování i k různě pravděpodobným a různě závažným rizikům pro práva a svobody fyzických osob.
- 7.5** Zhotovitel bude Objednateli bez zbytečného odkladu nápomocen při plnění povinností Objednatele, zejména povinnosti reagovat na žádosti o výkon práv subjektů údajů, povinnosti ohlašovat případy porušení zabezpečení údajů dozorovému úřadu dle čl. 33 GDPR, povinnosti oznamovat případy porušení zabezpečení osobních údajů subjektu údajů dle čl. 34 GDPR, povinnosti posoudit vliv na ochranu osobních údajů dle čl. 35 GDPR a povinnosti provádět předchozí konzultace dle čl. 36 GDPR, a že za tímto účelem Zhotovitel zajistí nebo přijme vhodná technická a organizační opatření dle předchozího odstavce, o kterých ihned informuje Objednatele.
- 7.6** Zhotovitel není oprávněn jakkoliv využít informace, údaje a dokumentaci, která mu byla zpřístupněna v souvislosti s prováděním díla, ve prospěch svůj nebo třetí osoby. Zhotovitel je povinen dodržovat tyto povinnosti také po ukončení smluvního vztahu mezi Objednatel a Zhotovitelem až do doby, kdy bude těchto povinností zproštěn.
- 7.7** Zhotovitel poskytne Objednateli veškeré informace potřebné k doložení toho, že byly splněny povinnosti stanovené příslušnými právními předpisy.
- 7.8** Zhotovitel umožní kontroly, audity či inspekce prováděné Objednatel nebo jiným příslušným orgánem dle příslušných právních předpisů.
- 7.9** Zhotovitel poskytne bez zbytečného odkladu nebo ve lhůtě, kterou stanoví Objednatel, součinnost potřebnou pro plnění zákonných povinností Objednatele spojených s ochranou osobních údajů, jejich zpracováním a s plněním smlouvy o zpracování osobních údajů.
- 7.10** Zhotovitel je povinen provést likvidaci údajů neprodleně po převzetí a odsouhlasení výstupů Objednatel.



8. NÁHRADA ŠKODY

- 8.1** Každá ze smluvních stran je povinna nahradit druhé smluvní straně způsobenou škodu vyplývající z porušení obecně závazných právních předpisů a z této Smlouvy. Zhotovitel plně odpovídá za vzniklou škodu rovněž v případě, že příslušnou část plnění poskytuje prostřednictvím třetí osoby.
- 8.2** Obě smluvní strany se zavazují k vyvinutí maximálního úsilí k předcházení škodám a k minimalizaci vzniklých škod.
- 8.3** Žádná ze smluvních stran nemá povinnost nahradit škodu způsobenou porušením svých povinností vyplývajících z této Smlouvy, bránila-li jí v jejich splnění některá z překážek vylučujících povinnost k náhradě škody ve smyslu § 2913 odst. 2 občanského zákoníku. Smluvní strany se zavazují upozornit druhou smluvní stranu bez zbytečného odkladu na vzniklé překážky vylučující povinnost k náhradě škody.
- 8.4** Žádná ze stran není povinna nahradit škodu, která vznikla v důsledku věcně nesprávného nebo jinak chybného zadání, které obdržela od druhé strany. V případě, že Objednatel poskytl Zhotoviteli chybné zadání a Zhotovitel s ohledem na svou povinnost poskytovat plnění s odbornou péčí mohl a měl chybnost takového zadání zjistit, smí se ustanovení předchozí věty dovolávat pouze v případě, že na chybné zadání Objednatele písemně upozornil a Objednatel trval na původním zadání.
- 8.5** Každá ze smluvních stran je oprávněna požadovat náhradu škody i v případě, že se jedná o porušení povinnosti, na kterou se vztahuje smluvní pokuta nebo jiná sankce, a to v plné výši dle Smlouvy.

9. SMLUVNÍ POKUTY A ÚROK Z PRODLENÍ

- 9.1** Objednatel má právo požadovat smluvní pokutu v případě následujících porušení Smlouvy:
- v případě nedodržení jakéhokoli termínu plnění dle čl. 3. této Smlouvy ve výši 0,2 % z ceny plnění, a to za každý započatý den prodlení;
 - v případě porušení povinnosti dle čl. 5. odst. 5.16 Smlouvy ve výši 20 000,- Kč, a to za každý jednotlivý případ;
 - za porušení povinnosti mlčenlivosti specifikované v čl. 7. této Smlouvy ve výši 100 000 Kč, a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti;
 - za porušení ochrany osobních údajů dle čl. 7. této Smlouvy ve výši 100 000,- Kč, a to za každý jednotlivý případ porušení.
- 9.2** Zaplacením smluvní pokuty se Zhotovitel nezbujuje povinnosti nahradit Objednateli způsobenou škodu.
- 9.3** Smluvní pokuty i náhradu škody je Objednatel oprávněn započíst proti pohledávce Zhotovitele.
- 9.4** V případě prodlení Objednatele s úhradou dle této Smlouvy je Zhotovitel oprávněn požadovat nejvýše zákonný úrok z prodlení, jiné sankce vůči Objednateli jsou nepřipustné.



- 9.5** Smluvní pokuty, úroky a náhrady škody dle této Smlouvy jsou splatné do 14 kalendářních dnů po obdržení písemné výzvy oprávněné strany k jejímu zaplacení na adresu povinné smluvní strany.

10. UKONČENÍ PLATNOSTI SMLOUVY

- 10.1** Smluvní strany mohou vzájemnou písemnou dohodou Smlouvu kdykoliv ukončit.
- 10.2** Objednatel je oprávněn odstoupit od Smlouvy v případě podstatného nebo opakovaného porušení smluvní nebo zákonné povinnosti Zhotovitelem. Za podstatné porušení smluvní povinnosti Zhotovitelem se rozumí zejména prodlení s předáním výstupů uvedených v čl. 2. odst. 2.6 Smlouvy delším než 10 kalendářních dnů. Opakovaným porušením se rozumí porušení téže povinnosti dvakrát v době trvání Smlouvy.
- 10.3** Objednatel je dále oprávněn od Smlouvy odstoupit v případě, že vůči majetku Zhotovitele probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku anebo i v případě, že insolvenční návrh byl zamítnut proto, že majetek nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení. Rovněž pak v případě, kdy Zhotovitel vstoupí do likvidace.
- 10.4** Objednatel je oprávněn od Smlouvy odstoupit vůči Zhotoviteli, který se v zadávacím řízení nebo v souvislosti s ním dopustí jednání, které svým obsahem nebo účelem odporuje zákonu nebo jej obchází anebo se přičií dobrým mravům, zejména má-li za cíl nepřípustné omezení soutěže (např. protiprávní dohoda o společném postupu s jinými uchazeči) nebo získání neoprávněné výhody, anebo uvedl nepravdivé informace k prokázání svých kvalifikačních předpokladů.
- 10.5** Objednatel je oprávněn od Smlouvy odstoupit či omezit rozsah plnění v případě, že nebudou schváleny prostředky ze státního rozpočtu nebo příslušného operačního programu k financování předmětu Smlouvy.
- 10.6** Objednatel je oprávněn odstoupit od Smlouvy také v případě, že Úřad pro ochranu hospodářské soutěže konstatuje, že veřejná zakázka, na jejímž základě byla podepsána tato Smlouva, byla zadána v rozporu s ustanoveními zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „ZZVZ“). V případě, že Objednatel odstoupí od Smlouvy dle tohoto odstavce, má Zhotovitel právo na náhradu veškerých výdajů, které ke dni odstoupení od Smlouvy účelně vynaložil na plnění dle této Smlouvy.
- 10.7** Objednatel je oprávněn vypovědět Smlouvu v případě zrušení OP VVV.
- 10.8** V případě závažného porušení ochrany osobních údajů ve smyslu čl. 7. Smlouvy (například předání zpracovávaných údajů třetí osobě) může objednatel odstoupit od Smlouvy.
- 10.9** Zhotovitel je oprávněn od Smlouvy odstoupit v případě, že Objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících z této Smlouvy po dobu delší než 30 kalendářních dní.
- 10.10** Účinky každého odstoupení od Smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této Smlouvy druhé smluvní straně.
- 10.11** Objednatel je oprávněn Smlouvu vypovědět bez uvedení důvodu.
- 10.12** Účinky výpovědi nastávají k poslednímu dni třetího měsíce, následujícího po měsíci, ve kterém byla výpověď doručena druhé smluvní straně.



11. KONTAKTNÍ OSOBY

- 11.1 Kontaktní osobou zodpovědnou za Objednatele v záležitostech věcného plnění Smlouvy, předání výstupů, odsouhlasení vypracovaných zpráv je: [REDACTED] či jiná pověřená osoba.
- 11.2 Kontaktní osobou zodpovědnou za Objednatele v administrativních záležitostech: [REDACTED] či jiná pověřená osoba.
- 11.3 Kontaktní osobou odpovědnou za Zhotovitele ve všech záležitostech je: [REDACTED] či jiná pověřená osoba.
- 11.4 O případných změnách kontaktních osob musí být vždy písemně informována druhá smluvní strana.

12. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- 12.1 Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu druhou ze smluvních stran. Účinnosti nabývá smlouva dnem jejího zveřejnění v registru smluv.
- 12.2 Tato Smlouva se uzavírá v písemné formě, veškeré její změny je možno učinit jen v písemné formě, a to vzestupně číslovanými dodatky podepsanými oběma smluvními stranami. Změny kontaktních osob nebo změny fakturačních údajů je možno provést pouze na základě písemného oznámení druhé smluvní straně.
- 12.3 Tato Smlouva byla vyhotovena v jednom elektronickém stejnopisu a bude smluvními stranami podepsána elektronicky.
- 12.4 Pokud se kterékoli ustanovení této Smlouvy stane nebo bude shledáno neplatným nebo nevymahatelným, nebude tím dotčena platnost a vymahatelnost ostatních ustanovení této Smlouvy. Smluvní strany se zavazují řádně jednat za účelem nahrazení neplatného či nevymahatelného ustanovení ustanovením platným a vymahatelným v souladu s účelem této Smlouvy.
- 12.5 Smluvní strany se zavazují pokusit se vyřešit smířčí cestou jakýkoli spor mezi smluvními stranami, sporný nárok nebo spornou otázku vzniklou v souvislosti s touto Smlouvou (včetně otázek týkajících se její platnosti, účinnosti a výkladu). Nepovede-li tento postup k vyřešení sporu, bude spor předložen k rozhodnutí příslušnému soudu v České republice.
- 12.6 Práva a povinnosti smluvních stran výslovně v této Smlouvě neupravené se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- 12.7 V souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), zajistí Objednatel uveřejnění celého textu smlouvy, vyjma osobních údajů, a metadat smlouvy v registru smluv včetně případných oprav uveřejnění s tím, že nezajistí-li Objednatel uveřejnění smlouvy nebo metadat smlouvy v registru smluv do 30 dnů od uzavření smlouvy, pak je oprávněn zajistit jejich uveřejnění Zhotovitel ve lhůtě tří měsíců od uzavření smlouvy. Zhotovitel rovněž souhlasí s tím, že metadata vztahující se k výše zmiňovaným smlouvám mohou být zveřejněna též na webových stránkách Objednatele.



12.8 Zhotovitel bere na vědomí povinnost Objednatele uveřejnit tuto Smlouvu také v souladu s ust. § 219 ZZVZ.

Přílohy:

Příloha č. 1: Cenový list

Příloha č. 2: Presentované projekty a jejich rozdělení do regionů

Příloha č. 3: Seznam členů realizačního týmu

V Praze dne

za Objednatele:



Bc. Jan Frisch
ředitel odboru technické pomoci

V Praze dne

za Zhotovitele:



Ing. Roman Heřman
člen představenstva

Příloha č. 1 smlouvy_Cenový list

Cílová skupina	• široká veřejnost nad 18 let, celá ČR										
Váha mediotypu	Mediotyp	Popis	Reklamní formát	Podíl reklamního formátu	Podmínka (Kvalitativní kritérium)	Kvantitativní kritérium	Hodnota 1 (Množství)	Hodnota 2 (Průměrné ceny v Kč bez DPH za jednotku)	Celková hodnota v Kč bez DPH	Hodnota DPH v Kč	Celková hodnota v Kč včetně DPH
80 %	On-line	Zpravodajské a názorové weby (sekce "Zpravodajství", definice SPIR): - návštěvnost min. 1 000 000 unikátních/reálných uživatelů měsíčně v ČR (Netmonitor, červen 2020), - maximální podíl investice 30 % na jeden web, - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Pre-roll videoreklama cca 15 s, in-stream video, vyloučeny jsou videobannery, prokliky na kampaňovou microsite.	40 %	Minimálně 20 mil. zobrazení	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	28 998 641	44,14	1 280 000,00	268 800,00	1 548 800,00
		Zpravodajské a názorové weby (sekce "Zpravodajství", definice SPIR): - návštěvnost min. 1 000 000 unikátních/reálných uživatelů měsíčně v ČR (Netmonitor, červen 2020), - maximální podíl investice 30 % na jeden web, - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Pre-roll videoreklama cca 1 min, in-stream video, vyloučeny jsou videobannery, prokliky na kampaňovou microsite.	15 %	Minimálně 4 mil. zobrazení	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	6 000 000,00	80	480 000,00	100 800,00	580 800,00
		Zpravodajské a názorové weby (sekce "Zpravodajství", definice SPIR): - návštěvnost min. 1 000 000 unikátních/reálných uživatelů měsíčně v ČR (Netmonitor, červen 2020), - maximální podíl investice 30 % na jeden web, - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Bannery především ve formátu 970x310, prokliky na kampaňovou microsite.	5 %	Minimálně 5 mil. impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	33 613 445,00	4,76	160 000,00	33 600,00	193 600,00
		Zpravodajské a názorové weby (sekce "Zpravodajství", definice SPIR): - návštěvnost min. 1 000 000 unikátních/reálných uživatelů měsíčně v ČR (Netmonitor, červen 2020), - maximální podíl investice 30 % na jeden web, - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Bannery především ve formátu 300x600, mobilní zařízení, prokliky na kampaňovou microsite.	5 %	Minimálně 5 mil. impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	10 000 000,00	16	160 000,00	33 600,00	193 600,00
		Sociální sítě: - YouTube (zadavatel připouští i jiné sociální sítě podobného charakteru, počtu unikátních uživatelů a počtu zobrazení stránek), - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Přeskočitelné reklamy in-stream cca 1 min, prokliky na kampaňovou microsite, na stránky projektů.	15 %	Minimálně 8 mil. zobrazení	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	13 714 286,00	35	480 000,00	100 800,00	580 800,00
		Sociální sítě: - YouTube (zadavatel připouští i jiné sociální sítě podobného charakteru, počtu unikátních uživatelů a počtu zobrazení stránek), - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Nepřeskočitelné reklamy in-stream cca 15 s, prokliky na kampaňovou microsite, na stránky projektů.	10 %	Minimálně 3 mil. přehrání	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	5 000 000,00	64	320 000,00	67 200,00	387 200,00
		Sociální sítě: - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě podobného charakteru, počtu unikátních uživatelů a počtu zobrazení stránek), - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Promovaný video post, prokliky na kampaňovou microsite, na stránky projektů.	5 %	Minimálně 4 mil. impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	4 000 000,00	40	160 000,00	33 600,00	193 600,00
		Sociální sítě: - Instagram (zadavatel připouští i jiné sociální sítě podobného charakteru, počtu unikátních uživatelů a počtu zobrazení stránek), - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení kreativ dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje kreativa pro daný kraj (50 %) + dvě kreativy ze sousedních krajů (po 25 %).	Videoreklama, prokliky na kampaňovou microsite, na stránky projektů.	5 %	Minimálně 4 mil. impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1 000 zobrazení)	4 000 000,00	40	160 000,00	33 600,00	193 600,00
20 %	Tisk	Kombinace alespoň 2 deníků přinášejících ekonomické zpravodajství z ČR a regionální zpravodajství s nákladem auditovaným ABC ČR. Tituly musí umožňovat inzerci rozdělit do 14 krajů. - minimální podíl investice 30 % do jednoho titulu, - maximálně 1 inzerce na vydání, - rovnoměrné časové rozložení v kampani, - zobrazení inzercí dle rozložení do 14 krajů, v každém kraji se zobrazuje inzerce pro daný kraj (50 %) + dvě inzerce ze sousedních krajů (po 25 %) - ne v jednom vydání.	Celobarevný inzerát rozsah 1/4 strany na šířku.	100 %	Minimálně 9 celostátních inzercí rozdělených vždy do 14 krajských mutací. Minimálně 50 TRPs.	Průměrná cena za TRP	52	2 988,14	800 000,00	168 000,00	968 000,00
Cena celkem za všechny reklamní formáty									vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel

Pre-roll videoreklama cca 15 s - zpravodajské a názorové weby	Počet zobrazení	CPT	Podíl
seznamzpravy.cz	9 200 000,00	41,50 Kč	29,83 %
novinky.cz	9 200 000,00	41,50 Kč	29,83 %
blesk.cz	7 000 000,00	49,00 Kč	26,80 %
reflex.cz	1 500 000,00	49,00 Kč	5,74 %
tiscali.cz	2 098 641,00	47,60 Kč	7,80 %

Pre-roll videoreklama cca 1 min - zpravodajské a názorové weby	Počet zobrazení	CPT	Podíl
seznamzpravy.cz	1 900 000,00	75,00 Kč	29,69 %
novinky.cz	1 900 000,00	75,00 Kč	29,69 %
blesk.cz	1 200 000,00	89,00 Kč	22,25 %
reflex.cz	500 000,00	88,40 Kč	9,21 %
tiscali.cz	500 000,00	88,00 Kč	9,17 %

Bannery - zpravodajské a názorové weby	Počet impresí	CPT	Podíl
seznamzpravy.cz	16 000 000,00	3,00 Kč	30,00 %
novinky.cz	9 600 000,00	5,00 Kč	30,00 %
blesk.cz	5 000 000,00	8,00 Kč	25,00 %
reflex.cz	1 000 000,00	7,89 Kč	4,93 %
tiscali.cz	2 013 445,00	8,00 Kč	10,07 %

Bannery pro mobilní zařízení - zpravodajské a názorové weby	Počet impresí	CPT	Podíl
seznamzpravy.cz	500 000,00	28,00 Kč	8,75 %
novinky.cz	500 000,00	28,00 Kč	8,75 %
blesk.cz	4 000 000,00	10,00 Kč	25,00 %
reflex.cz	1 000 000,00	22,00 Kč	13,75 %
tiscali.cz	3 000 000,00	16,00 Kč	30,00 %
	1 000 000,00	22,00 Kč	13,75 %

Přeskočitelné reklamy - sociální sítě	Počet zobrazení	CPT	Podíl
YouTube	13 714 286,00	35,00 Kč	100,00 %

Nepřeskočitelné reklamy - sociální sítě	Počet přehrání	CPT	Podíl
YouTube	5 000 000,00	64,00 Kč	100,00 %

Promovaný video post - sociální sítě	Počet impresí	CPT	Podíl
Facebook	4 000 000,00	40,00 Kč	100,00 %

Videoreklama - sociální sítě	Počet impresí	CPT	Podíl
Instagram	4 000 000,00	40,00 Kč	100,00 %

Celobarevný inzerát – deníky s regionální přílohou	TRP's	Cena za TRP's	Podíl
MF DNES	160,44	2 493,19 Kč	50,00 %
DENÍK ČR	107,29	3 728,27 Kč	50,00 %

Příklady osob¹ z jednotlivých prioritních os (resp. výzev) s přihlédnutím k regionálnímu zaměření

Prioritní osa 3: Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání (5 projektů)

1. Koordinátorka projektu MAP
 - Karlovarský kraj
 - Výzva č. 02_17_047 pro Místní akční plány rozvoje vzdělávání I
2. Učitelka ze ZŠ
 - Zlínský kraj
 - Výzva č. 7 – Inkluzivní vzdělávání
3. Učitel/ka ze SŠ
 - Kraj Vysočina
 - Výzva č. 35 – Podpora škol formou projektů zjednodušeného vykazování – Šablony pro SŠ a VOŠ I
4. Učitelka ze ZŠ
 - Praha
 - Výzva č. 02_16_037 pro Podporu žáků se zdravotním postižením I (Implementace APIV)
5. Pracovník neziskové organizace
 - Královéhradecký kraj
 - Výzva č. 32 – Budování kapacit pro rozvoj škol II

Prioritní osa 2: Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj (4 projekty)

6. Proděkan
 - Ústecký kraj
 - Výzva č. 15 – ESF výzva pro vysoké školy, výzva č. 18 – Rozvoj výzkumně zaměřených studijních programů nebo výzva č. 44 – Podpora rozvoje studijního prostředí na VŠ
7. Mladý vědec - mobility
 - Olomoucký kraj
 - Výzva č. 27 – Mezinárodní mobilita výzkumných pracovníků
8. Odborná garantka nového inovativního programu
 - Pardubický kraj
 - Výzva č. 15 – ESF výzva pro vysoké školy, výzva č. 18 – Rozvoj výzkumně zaměřených studijních programů nebo výzva č. 44 – Podpora rozvoje studijního prostředí na VŠ
9. Koordinátor Smart Akcelérátoru (manažer/ka RIS3)
 - Plzeňský kraj

¹ Pokud se kdekoliv v textu uvádí osoba v mužském rodě, jedná se o souhrnné označení ženského i mužského rodu a naopak.

- Výzva č. 4 – Smart akcelérátor

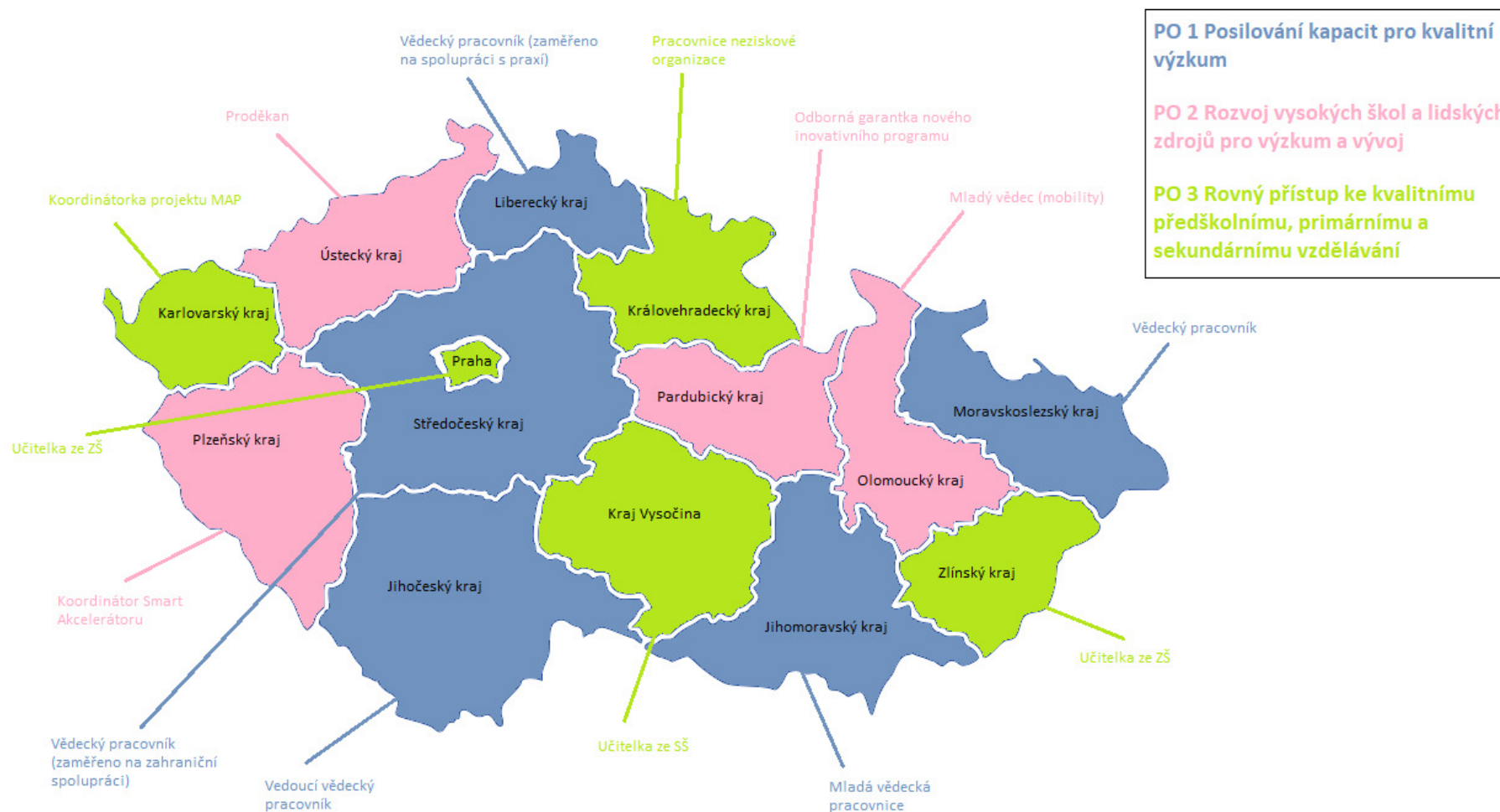
Prioritní osa 1: Posilování kapacit pro kvalitní výzkum (5 projektů)

10. Vědecký pracovník - zahraniční spolupráce
 - Středočeský kraj
 - Výzva č. 3 – Podpora excelentních výzkumných týmů
11. Vědecký pracovník
 - Moravskoslezský kraj
 - Výzva č. 13 – Výzkumné infrastruktury
12. Mladá vědecká pracovnice
 - Jihomoravský kraj
 - Výzva č. 19 – Excelentní výzkum
13. Vedoucí vědecký pracovník
 - Jihočeský kraj
 - Výzva č. 25 – Předaplikační výzkum
14. Vědecký pracovník - spolupráce s praxí
 - Liberecký kraj
 - Výzva č. 26 – Dlouhodobá mezisektorová spolupráce

Více informací k jednotlivým prioritním osám i výzvám jsou k dispozici na internetových stránkách <https://opvvv.msmt.cz/>.



Grafické znázornění příkladů osob z jednotlivých prioritních os (resp. výzev) s přihlédnutím k regionálnímu zaměření



Zobrazování příběhů v jednotlivých regionech:

Region	Hlavní zobrazovaný příběh (50 %)	2. zobrazovaný příběh (25 %)	3. zobrazovaný příběh (25 %)
Jihočeský kraj	PO 1 - Vedoucí vědecký pracovník <i>MŠMT-13-Jihočeský kraj-Vodňany</i>	PO 2 - Koordinátor Smart Akcelérátoru <i>MŠMT-09-Plzeňský kraj-Plzeň</i>	PO 3 - Učitel/ka ze střední školy <i>MŠMT-03-Vysočina-Velké Meziříčí</i>
Jihomoravský kraj	PO 1 - Mladá vědecká pracovnice <i>MŠMT-12- Jihomoravský kraj-Brno</i>	PO 2 - Mladý vědec – mobility <i>MŠMT-07-Olomoucký kraj - Olomouc</i>	PO 3 - Učitel/ka ze střední školy <i>MŠMT-03-Vysočina-Velké Meziříčí</i>
Karlovarský kraj	PO 3 - Koordinátorka projektu MAP <i>MŠMT-01-Karlovarský kraj-Mariánské Lázně</i>	PO 1 - Vědecký pracovník - zahraniční spolupráce <i>MŠMT-10-Středočeský kraj-Kralupy</i>	PO 2 - Koordinátor Smart Akcelérátoru <i>MŠMT-09-Plzeňský kraj-Plzeň</i>
Kraj Vysočina	PO 3 - Učitel/ka ze střední školy <i>MŠMT-03-Vysočina-Velké Meziříčí</i>	PO 1 - Mladá vědecká pracovnice <i>MŠMT-12- Jihomoravský kraj-Brno</i>	PO 2 - Odborný/á garant/ka <i>MŠMT-08-Pardubický kraj-Pardubice</i>
Královéhradecký kraj	PO 3 - Pracovník neziskové organizace <i>MŠMT-05-Královéhradecký-Horní Maršov</i>	PO 1 - Vědecký pracovník - spolupráce s praxí <i>MŠMT-14-Liberecký kraj-Turnov</i>	PO 2 - Odborný/á garant/ka <i>MŠMT-08-Pardubický kraj-Pardubice</i>
Liberecký kraj	PO 1 - Vědecký pracovník - spolupráce s praxí <i>MŠMT-14-Liberecký kraj-Turnov</i>	PO 2 - Proděkan <i>MŠMT-06-Ústecký kraj-Ústí nad Labem</i>	PO 3 - Pracovník neziskové organizace <i>MŠMT-05-Královéhradecký-Horní Maršov</i>
Moravskoslezský kraj	PO 1 - Vědecký pracovník <i>MŠMT-11-Moravskoslezský kraj-Ostrava</i>	PO 2 - Mladý vědec – mobility <i>MŠMT-07-Olomoucký kraj - Olomouc</i>	PO 3 - Učitelka ze ZŠ <i>MŠMT-02-Zlínský kraj-Horní Bečva</i>
Olomoucký kraj	PO 2 - Mladý vědec – mobility <i>MŠMT-07-Olomoucký kraj - Olomouc</i>	PO 1 - Vědecký pracovník <i>MŠMT-11-Moravskoslezský kraj-Ostrava</i>	PO 3 - Žák/yně ze základní školy Učitelka ze ZŠ <i>MŠMT-02-Zlínský kraj-Horní Bečva</i>
Pardubický kraj	PO 2 - Odborný/á garant/ka <i>MŠMT-08-Pardubický kraj-Pardubice</i>	PO 1 - Mladá vědecká pracovnice <i>MŠMT-12- Jihomoravský kraj-Brno</i>	PO 3 - Pracovník neziskové organizace <i>MŠMT-05-Královéhradecký-Horní Maršov</i>
Plzeňský kraj	PO 2 - Koordinátor Smart Akcelérátoru <i>MŠMT-09-Plzeňský kraj-Plzeň</i>	PO 1 - Vedoucí vědecký pracovník <i>MŠMT-13-Jihočeský kraj-Vodňany</i>	PO 3 - Koordinátorka projektu MAP <i>MŠMT-01-Karlovarský kraj-Mariánské Lázně</i>
Praha	PO 3 - Učitelka ze základní školy <i>MŠMT-04-Praha-Lysolaje</i>	PO 2 - Proděkan <i>MŠMT-06-Ústecký kraj-Ústí nad Labem</i>	PO 1 - Vědecký pracovník - zahraniční spolupráce <i>MŠMT-10-Středočeský kraj-Kralupy</i>
Středočeský kraj	PO 1 - Vědecký pracovník - zahraniční spolupráce <i>MŠMT-10-Středočeský kraj-Kralupy</i>	PO 3 - Učitelka ze základní školy <i>MŠMT-04-Praha-Lysolaje</i>	PO 2 - Odborný/á garant/ka <i>MŠMT-08-Pardubický kraj-Pardubice</i>
Ústecký kraj	PO 2 - Proděkan <i>MŠMT-06-Ústecký kraj-Ústí nad Labem</i>	PO 1 - Vědecký pracovník - spolupráce s praxí <i>MŠMT-14-Liberecký kraj-Turnov</i>	PO 3 - Učitelka ze základní školy <i>MŠMT-04-Praha-Lysolaje</i>
Zlínský kraj	PO 3 - Učitelka ze základní školy <i>MŠMT-02-Zlínský kraj-Horní Bečva</i>	PO 1 - Vědecký pracovník <i>MŠMT-11-Moravskoslezský kraj-Ostrava</i>	PO 2 - Mladý vědec – mobility <i>MŠMT-07-Olomoucký kraj - Olomouc</i>



Seznam členů realizačního týmu

Account manager – 

- zaměstnanec

- doklad o vzdělání viz samostatný soubor


- popis činností: o odpovědnost za řízení a administrativní část zakázky

o komunikace s klientem, reporting

o koordinace realizačního týmu

o správa projektu

- předpokládaná míra zapojení: 8 osobodní

Media planner – 

- zaměstnanec

- doklad o vzdělání viz samostatný soubor

- popis činností: o rozložení reklamního rozpočtu do různých typů nosičů reklamy

o hodnotí redakční obsah a jednotlivé typy médií

o navrhuje čas a termíny zveřejňování reklamního sdělení

o poskytuje přehledy a cenové kalkulace dostupných médií

- předpokládaná míra zapojení: 6 osobodní

Media buyer – 

- zaměstnanec

- doklad o vzdělání viz samostatný soubor

- popis činností: o objednává mediální prostor dle schváleného mediaplánu

o monitoruje realizované plnění

o řeší případné reklamace

- předpokládaná míra zapojení: 12 osobodní