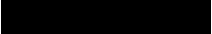



Smlouva o poskytování služeb


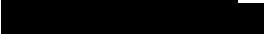

uzavřena dle ust. § 1746 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění

I.

Smluvní strany

- 1. Objednatel:** **Národní pedagogický institut ČR**
(zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků)
 Sídlo: Senovážné nám. 872/25, 110 00 Praha 1
 Zastoupen: Mgr. Ivem Jupou, ředitelem
 IČO: 45768455
 DIČ: CZ45768455
 Bankovní spojení: Česká národní banka
 Číslo účtu: 79530011/0710
 kontaktní osoba: 
 mobilní telefon: 
 (dále jen „Objednatel“ – na straně jedné)

a

- 2. Poskytovatel:** **Mgr. Tomáš Hrivnák**
 Sídlo: Tyršovo náměstí 1731, 252 63 Roztoky
 Korespondenční adresa: Národní obrany 35, Praha 6,
 IČO: 49496522
 DIČ: CZ6709237062
 Bankovní spojení: Equa Bank a.s.
 č. účtu: 
 kontaktní osoba: 
 mobilní telefon: 
 (dále jen „Poskytovatel“ – na straně druhé)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku, tuto na základě uskutečněného poptávkového řízení s názvem „Projekt – řízení značky“ tuto

Smlouvu o poskytování služeb:

II.

Účel a předmět plnění smlouvy

1. Na základě této smlouvy se Poskytovatel zavazuje na své náklady, své nebezpečí a v souladu s obecně závaznými předpisy a normami v rozsahu a za podmínek dohodnutých v této smlouvě poskytnout pro Objednatele Službu:

„Zpracování identity značky NPI ČR a komunikační strategie“

(dále jen „Služba“)

2. Poskytovatel bude v rámci Služby zajišťovat mapování současného obrazu vnímání NPI interními i externími stakeholdery. Podrobný popis požadovaných činností je ve Specifikaci předmětu plnění, která je přílohou č.1 této Smlouvy.

3. Výše uvedené služby budou poskytovány na základě požadavků oprávněné osoby Objednatele. Rozsah a termíny dílčích prací bude upřesňován e-mailem, který Poskytovatel obdrží od kontaktní osoby Objednatele. Tento pokyn se považuje za akceptovaný Poskytovatelem, pokud do 2 dnů od jeho obdržení nedoručí Poskytovatel Objednateli prostřednictvím e-mailu na e-mailovou adresu kontaktní osoby Objednatele své námitky.
4. Objednatel se zavazuje provedené Služby převzít a zaplatit. Místem poskytování Služeb je sídlo Objednatele na adrese Senovážné náměstí 872/25, 110 00 Praha 1.

III. Součinnost

1. Smluvní strany se zavazují vzájemně spolupracovat a poskytovat si veškeré informace potřebné pro řádné plnění svých závazků, a to tak, aby nedocházelo k prodlení.
2. Smluvní strany ou povinny informovat druhou smluvní stranu o veškerých skutečnostech, které jsou nebo mohou být důležité pro řádné plnění této smlouvy.
3. Poskytovatel bere na vědomí, že veškeré jím dodané výstupy a dokumenty budou procházet schvalováním odpovědných osob Objednatele, případně je bude schvalovat přímo vedení NPI. V případě, že dodaný dokument nebude Objednatelem schválen, upraví ho Poskytovatel v souladu s požadavky Objednatele a to do 5 pracovních dnů. Jednotlivé typy výstupů s uvedením způsobu schválení je uveden v Popisu plnění, který je přílohou č. 3 této smlouvy.

IV Doba provádění služby

1. Poskytovatel se zavazuje provádět pro Objednatele Služby specifikované v čl. II. této smlouvy následovně:
 - a) termín zahájení Služby: **ihned po zveřejnění této Smlouvy v Registru smluv**
 - b) termín ukončení) Služby: **30. 06. 2022**
2. V případě prodlení Poskytovatele s provedením Služby je Objednatel oprávněn požadovat na Poskytovateli zaplacení smluvní pokuty ve výši 0,1% z ceny Služby za každý den prodlení s provedením Služby, přičemž právo Objednatele na náhradu škody v plném rozsahu tím zůstává nedotčeno. Jestliže Poskytovatel bude v prodlení s provedením Služby delším 30 dnů, je Objednatel oprávněn od této smlouvy odstoupit.

V. Cena díla a platební podmínky

1. Celkový cenový rámec služby činí nejvýše **404 100,00 Kč bez DPH.**(slovy: čtyři sta čtyři tisíc jedno sto korun českých). Uvedená cena je cenou smluvní, pevnou, konečnou a neměnnou po celou dobu zajišťování služby.
2. Cena, uvedená v předchozím odstavci je nepřekročitelná.
3. Jednotlivé požadavky k provedení služby budou v souladu s jednotkovými cenami uvedenými v nabídce Poskytovatele, která je přílohou této smlouvy, a obsahují veškeré náklady Poskytovatele za provádění prací dle této smlouvy, a jsou nepřekročitelné.
4. Objednatel se zavazuje uhradit Poskytovateli cenu Služby na peněžní účet Poskytovatele, uvedený v záhlaví této smlouvy, a to na základě daňových dokladů (faktur), které Poskytovatel vystaví k jednotlivým požadavkům a zašle Objednateli do 5. pracovního dne po provedení a odevzdání Služby na adresu: zavazky@npi.cz. Jednotlivé požadavky budou přílohou faktury.

5. Splatnost všech daňových dokladů vystavených Poskytovatelem Objednateli je 30 dnů od data doručení.
6. V případě, že vystavený daňový doklad bude obsahovat neúplné, nebo nepravdivé informace, případně nebude obsahovat zákonné náležitosti, je Objednatel oprávněn ho do konce splatnosti vrátit Poskytovateli. Poskytovatel daňový doklad opraví nebo vyhotoví nový. V takovém případě běží Objednateli nová lhůta splatnosti.
7. Datem splatnosti se rozumí den připsání celé fakturované částky na bankovní účet Poskytovatele uvedený v daňovém dokladu.
8. V případě, že Objednatel bude v prodlení s úhradou sjednané ceny prací delším 30 dnů, bude se jednat o podstatné porušení této smlouvy, přičemž v takovém případě má Poskytovatel nárok na zákonný úrok z prodlení a je oprávněn od této smlouvy odstoupit.

VI

Ochrana informací

1. Smluvní strany se zavazují zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví v souvislosti s plněním této Smlouvy.

VII

Licence

1. Poskytovatel se zavazuje provést službu řádně a včas a pouze v takové podobě, že mu budou náležet veškerá majetková autorská práva k předmětu plnění, specifikovanému v článku 2 této smlouvy a že bude mít právo bez omezení užít a udělit Objednateli oprávnění k výhradnímu výkonu práva užít výsledek služby k účelu vyplývajícímu z této smlouvy. Zánikem Objednatele přecházejí práva a povinnosti na jeho právního nástupce.
2. Poskytovatel není oprávněn poskytnout výsledek služby či udělit licenci jiným osobám než Objednateli.

VIII

Závěrečná ustanovení

1. 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), ve znění pozdějších předpisů zajistí Objednatel uveřejnění celého textu této Smlouvy (vyjma osobních údajů) a metadat Smlouvy v registru smluv do 30 dnů od podpisu Smlouvy oběma smluvními stranami.
2. Tato smlouva je uzavřena na dobu určitou, nabývá platnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem zveřejnění v Registru smluv.
3. Pokud by se kterékoli ustanovení této smlouvy stalo neplatným, vztahuje se tato neplatnost pouze na dané ustanovení a ostatní ustanovení zůstávají nadále v platnosti. Obě strany se zároveň zavazují k co nejrychlejšímu nahrazení neplatné části smlouvy ustanoveními novými, platnými.
4. Smluvní strany prohlašují, že všechny případné spory vzniklé v průběhu platnosti a účinnosti smlouvy budou řešit v první řadě smírem. V případě, že smír neuzavřou, předají návrh na řešení sporu místně příslušnému soudu České republiky.
5. Změny či doplnění smlouvy lze učinit pouze na základě písemné dohody obou smluvních stran. Takové dohody musejí mít podobu datovaných, číslovaných a oběma smluvními stranami podepsaných dodatků smlouvy. Za změnu Smlouvy se nepovažuje změna identifikačních či kontaktních údajů.

6. Poskytovatel bere na vědomí skutečnost, že Objednatel realizuje předmět smlouvy v souladu se zásadami odpovědného zadávání veřejných zakázek, které kromě důrazu na čistě ekonomické parametry zohledňuje také související dopady zejména v oblasti zaměstnanosti, sociálních a pracovních práv a životního prostředí.
7. Poskytovatel bere na vědomí, že je jako Poskytovatel prací hrazených z veřejných finančních prostředků osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly ve smyslu § 2, písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.
8. Smlouva se vyhotovuje ve dvou stejnopisech s platností originálu, z nichž každá smluvní strana po podpisu obdrží jeden.
9. Obě smluvní strany shodně prohlašují, že si smlouvu před jejím podpisem přečetly (nebo se s jejím obsahem seznámily), že tato smlouva byla uzavřena podle jejich pravé a svobodné vůle, vážně a srozumitelně, nikoli v tísní, nebo za nápadně nevýhodných podmínek, což stvrzují svými podpisy.

Příloha č. 1 – Specifikace předmětu plnění

Příloha č. 2 – Cenová nabídka Poskytovatele a rámcový rozpočet

Příloha č. 3 – Popisy plnění

V Praze dne 30.05.2022

V Praze dne 30.05.2022

Objednatel:

Poskytovatel:

.....
Mgr. Ivo Jupa
ředitel

.....
Mgr. Tomáš Hrivnák

Specifikace předmětu plnění

Projekt - řízení značky

Požadované služby:

NPI ČR je příspěvkovou organizací Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR a v jeho gesci je zajištění systematického přenosu vzdělávacích inovací z centrální koncepční úrovně do školské praxe v regionech. Nosným prvkem činnosti NPI jsou krajská pracoviště, která fungují jako centra podpory pedagogů v daném regionu. Dále NPI vytváří rámcové vzdělávací programy pro předškolní, základní, základní umělecké a střední vzdělávání, stará se o metodickou podporu školám a pedagogům a cílené vzdělávání pedagogických pracovníků, podporuje strategické řízení ve školách a územích, podporuje vedoucí pracovníky ve školství. Více o poslání a cílech NPI na webových stránkách organizace <https://www.npi.cz/>.

Problém/Pozadí

Otázka inovací, metodické a manažerské podpory vzdělávání je vzhledem k exponované pozici celé oblasti vzdělávání v ČR mimořádně důležitá. NPI by jako hlavní znalostní, podpůrný a metodický hub měl být synonymem kompetence a energie, které budou (a jsou) potřeba pro proměnu české vzdělávací soustavy (od mateřských až po střední školy) na moderní organismus schopný děti a mládež systematicky připravovat na výzvy radikálně se proměňující společnosti.

NPI ČR vznikl v roce 2020 sloučením několika jiných příspěvkových organizací MŠMT a dnes představuje jakousi „superstrukturu“, která stojí mezi MŠMT a školami/pedagogickými pracovníky a má mezi nimi efektivně zprostředkovat. Ve vizi organizace, která je zveřejněna na webu „Aby se děti těšily do školy a učitelé měli tu nejlepší práci na světě“ je shrnuta dlouhodobá ambice Institutu, která se však zatím neodráží v jeho vnímání a nepropsala se prakticky ani do systematické komunikace a reputačního managementu NPI (který zatím není systémově zajištěn).

Na druhé straně je jasné, že bez robustního kapitálu pozitivní reputace a vnímání ze strany pedagogických pracovníků - ale i rodičů a širší veřejnosti zainteresované v otázce vzdělávání - nebude NPI schopen zajišťovat náročné úkoly proměny a adaptace českého školství. (Aktuálně například prostřednictvím radikální změny rámcových vzdělávacích plánů, která na mnoho let dopředu ovlivní směřování českého školství.)

Při existenci celé řady organizací a iniciativ (státních i soukromých) zabývajících se modernizací/inovací školství a vzdělávání (Eduzměna, Učitel naživo, Ředitel naživo, Ústav výzkumu a rozvoje vzdělávání, CERMAT, SCIO, Pedagogická fakulta UK atd.) je klíčové, aby NPI zaujal v této „organizační krajině“ dominantní postavení a aby byl vnímán jako klíčový, nejkvalitnější a autoritativní (v dobrém smyslu slova) partner pedagogických pracovníků, ale i dalších cílových skupin. Proto je třeba značku NPI systematicky řídit a jejím prostřednictvím pomáhat naplňovat misi NPI.

Projekt, má proto zajistit tyto cíle:

- Mapování současného obrazu vnímání NPI interními i externími stakeholdery. Návrh střednědobé strategie značky (3 - 5 let) s dlouhodobým (15+ let) výhledem.
- Návrh praktického naplňování strategie řízení značky a budování reputačního kapitálu (například prostřednictvím marketingové komunikace, vizuálního designu, redakčního obsahu vlastněných médií apod.)
- Předpokládaná metodika.
- Mapování současného vnímání organizace interními i externími stakeholdery.
- Audit relevantních strategických materiálů (na úrovni organizace, ale také například na úrovni zřizovatele a souvisejících organizací).
- Návrh identity značky.
- Návrh komunikační strategie.
- Konzultace k procesu řízení značky.

Navržené kroky budou probíhat v participativním rámci uvnitř organizace a v úzké spolupráci se zřizovatelem (MŠMT).

Praktické implikace/požadavky

Na základě navržené identity značky bude možné navrhnout komunikační a obsahovou strategii pro období 2 - 3 let, a to pro všechny relevantní cílové skupiny (učitelé MŠ, ZŠ, SŠ - všeobecných i odborných, ředitelé, rodiče, média, partneři, významní ovlivňovatelé). Navržená identita značky bude respektovat kulturní a organizační milieu NPI a bude korespondovat s manažerskou strategií vedení.

Cenová nabídka Poskytovatele

KRYCÍ LIST NABÍDKY		
Poptávkové řízení		
Název:	Projekt - ŘÍZENÍ ZNAČKY	
Základní identifikační údaje		
Zadavatel		
Název:	Národní pedagogický institut České republiky (zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků)	
Sídlo:	Senovážné nám. 872/25, 110 00 Praha 1	
IČO:	45768455	
Osoba oprávněná jednat jménem zadavatele:	Mgr. Ivo Jupa, ředitel	
Účastník		
Název:	Tomáš Hrivnák	
Sídlo/místo podnikání:	Tyršovo náměstí 1731, Roztoky	
Korespondenční adresa, tel. spojení:	Národní obrany 35, Praha 6, [REDACTED]	
IČO:	49496522	
DIČ:	CZ6709237062	
Bankovní spojení:	[REDACTED]	
Nabídková cena za celé plnění v CZK		
Cena celkem bez DPH:	Samostatně DPH	Cena celkem včetně DPH:
404 100	84 861	488 961

Rámcový rozpočet

Počet hodin

Plnění	Sazba A	Sazba B	Sazba C	Sazba D	Cena v CZK bez DPH
Business model canvas, iterace 1					0
Příprava					130800
Workshop					18800
Vyhodnocení					15200
Business model canvas, iterace 2					0
Workshop					18800
Vyhodnocení					15200
Segmentace, targeting, positioning					0
Analýza konkurenčních strategií					25600
Segmentační model - návrh					22200
Targeting a positioning - návrh					28800
Komunikační strategie					58200
Design					0
Konkurenční rešerše					22800
Zadání					5700
Návrhy					0
Implementační podpora					42000
Celkem					404100

Sazba A	2100
Sazba B	1500
Sazba C	900
Sazba D	400

Příloha č. 3 – Popisy plnění

	Business model canvas, iterace 1	Výstupem je první varianta business model canvasu, který v základních rysech popisuje obchodní model firmy, cílové skupiny, zdroje, typy vztahů se zákazníky apod. Více k formátu např. na Strategyzer.com
ZÁVĚREČNOU ZPRÁVU SCHVALUJE PROJEKTOVÝ MANAŽER	Příprava	Příprava spočívá ve studiu podobných firemních/organizačních modelů a v mapování dosavadní praxe - i prostřednictvím individuálních hloubkových rozhovorů (závěrečná zpráva/toplines - 20 rozhovorů ven i dovnitř)
	Workshop	Půldenní workshop s klíčovými podílňky značky, moderuje TH; součástí workshopu bude i diskuse o tonalitě značky - prostřednictvím projektivní techniky archetypů
ZÁVĚREČNOU ZPRÁVU SCHVALUJE PROJEKTOVÝ MANAŽER	Vyhodnocení	Zpracování výstupu z workshopu s kritickým konkurenčním vyhodnocením, návrhy adaptací, upřesněné požadavky na zadání výzkumu
	Business model canvas, iterace 2	
	Workshop	Druhá iterace workshopu, ve kterém budeme pracovat s kritickou zpětnou vazbou, srovnáním s konkurencí, dynamikou trhu apod.
ZÁVĚREČNOU ZPRÁVU SCHVALUJE PROJEKTOVÝ MANAŽER	Vyhodnocení	Kritické vyhodnocení a zpracování finální verze BMC, návrh vhodného značkového archetypu
	Segmentace, targeting, positioning	
ANALÝZU SCHVALUJE PROJEKTOVÝ MANAŽER	Analýza konkurenčních strategií	Mapa konkurenčních značek a jejich komunikace prostřednictvím metodiky „značkového žebříku“
MODEL SCHVALUJE PROJEKTOVÝ MANAŽER	Segmentační model - návrh	Jednoduchá typologie person a jejich zákaznických cest využitelná pro komunikaci, mediální plánování, tvorbu obchodní argumentace apod.
VÝSTUP SCHVALUJE PROJEKTOVÝ MANAŽER	Targeting a positioning - návrh	Nastavení nové identity značky a její pozice vůči cílovým segmentům (vč. ověřování)
VÝSTUP SCHVALUJE PORADA VEDENÍ NPI ČR	Identita značky - souhrnný dokument	
VÝSTUP SCHVALUJE PORADA VEDENÍ NPI ČR	Komunikační strategie - dokument	Klíčová sdělení, cílové skupiny, vizuální adcepty, doporučená média, osa obsahové strategie - dovnitř i ven (extrení i interní)
	Design	
	Konkurenční rešerše	Rešerše designových strategií v segmentu podobných a souvisejících institucí/aktérů
VÝSTUP SCHVALUJE PORADA VEDENÍ NPI ČR	Zadání pro vizuální identitu značky - dokument	Tvorba zadání pro design
	Návrhy	Několik kol návrhů designu/redesignu/konceptu - už v samostatné režii designového studia
	Implementační podpora	Podpora při zavádění identity značky do praxe - například mapováním odborných kompetencí v organizaci a návrhem odpovídajícího manažerského procesu