SMLOUVA O DÍLO

podle § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, *(dále jen „**OZ**“)*

uzavřená mezi smluvními stranami, kterými jsou:

Objednatel

Název:	**Masarykova univerzita**
Sídlo:	Žerotínovo nám. 617/9, 601 77 Brno
IČ:	00216224
DIČ:	CZ00216224
Zastoupen:	Mgr. Martou Valešovou, MBA, kvestorkou
Odpovědná osoba:	XXXXXXXXX, tel. č.: XXXXXXXXX, e-mail: XXXXXXXXX
Kontaktní osoba:	XXXXXXXXX, tel. č.: XXXXXXXXX, e-mail: XXXXXXXXX

*(dále také jen „**Objednatel**“)*

Zhotovitel

Obchodní firma/název/jméno:	**NEWTON Media, a.s.**
Sídlo:	Na Pankráci 1683/127, 140 00 Praha 4
IČ:	28168356
DIČ:	CZ28168356
Zastoupen:	Ing. Petrem Herianem, předsedou představenstva
Zápis v obchodním rejstříku:	Vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 12446
Bankovní spojení:	Česká spořitelna, a.s., číslo účtu: 2601942/0800
Kontaktní osoba:	XXXXXXXXX, XXXXXXXXX, XXXXXXXXX

*(dále také jen „**Zhotovitel**“; Zhotovitel společně s Objednatelem jen „**Smluvní strany**“)*

Objednatel, jakožto zadavatel veřejné zakázky s názvem “**Mediální část komunikační kampaně 2023-2024“** zadávané ve výběrovém řízení mimo režim zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“), rozhodl o výběru Zhotovitele ke splnění této veřejné zakázky. Veřejná zakázka je souborem závazků Zhotovitele k provedení dodávek a služeb dle Smlouvy *(dále také jen „**Dílo**“)*.

Smluvní strany uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu o Dílo *(dále jen „**Smlouva**“)*.

I. Předmět Smlouvy

I. 1) Předmětem smlouvy je realizace mediální části komunikační kampaně cílené na uchazeče o studium na Masarykově univerzitě v akademickém roce 2023/2024 dle požadavků Objednatele (dále jen ***„Dílo“***).

I. 2) Zhotovitel se zavazuje za sjednaných podmínek provést na svůj náklad a nebezpečí pro Objednatele Dílo a splnit další s tím související závazky a Objednatel se zavazuje Dílo převzít a zaplatit cenu Díla.

I. 3) **Účel Díla**

I. 3) a) Dlouhodobým a primárním záměrem komunikační kampaně realizované v ak. roce 2023/2024 je nárůst počtu přihlášek uchazečů o studium, vč. nárůstu přihlášených fyzických osob. Od začátku konceptu #munichallenge se univerzitě povedlo zvrátit předchozí pokles podaných přihlášek ke studiu, od roku 2020 počet podaných přihlášek pravidelně přesahuje hranici 40 000. Nárůst zájmu o Masarykovu univerzitu bychom chtěli dále udržet a podpořit, i vzhledem k rostoucí konkurenci (konkrétněji například Univerzita Palackého v Olomouci, VUT, Mendelova univerzita a Karlova univerzita). Masarykova univerzita chce jít i nadále kupředu v digitální komunikaci a vystupovat jako moderní instituce, která naslouchá aktuálním trendům.

I. 3) b) Pro komunikační aktivitu v tomto akademickém roce univerzita využije opět ideový koncept komunikační kampaně #munichallenge a vizuály stejného charakteru jako v roce 2022/2023. Po dodavateli soutěženém v této veřejné zakázce požadujeme relevantní nastavení a vedení celouniverzitní kampaně v mediálním prostoru tak, aby dodané vizuály zasáhly relevantní cílovou skupinu, specifikovanou v přílohách dokumentace. Součástí této zakázky je nákup médií (kreditů) na platformách Google Ads, Sklik, sociálních sítích (Facebook, Instagram) a dodání reportů z jednotlivých fází kampaně.

I. 4) Bližší specifikace Díla je uvedena v příloze č. 1 Smlouvy a v zadávacích podmínkách k Veřejné zakázce s názvem Mediální část komunikační kampaně 2023-2024, které jsou k dispozici na adrese: https://zakazky.muni.cz/vz00006790**.** Podkladem pro realizaci Díla je Návrh mediaplánu, který tvoří přílohu č. 2 Smlouvy. Návrh mediaplánu představuje rámec, který bude Zhotovitelem dále rozpracován a upraven v souladu s požadavky Objednatele.

I. 5) Zhotovitel prohlašuje, že

I. 5) a) zajistí v rámci plnění Smlouvy legální zaměstnávání osob a zajistí pracovníkům provádějícím práce na Díle odpovídající úroveň bezpečnosti práce a férové a důstojné pracovní podmínky. Odpovídající úrovní bezpečnosti práce a férovými a důstojnými pracovními podmínkami se rozumí takové pracovní podmínky, které splňují alespoň minimální standardy stanovené pracovněprávními a mzdovými předpisy. Objednatel je oprávněn požadovat předložení dokladů, ze kterých dané povinnosti vyplývají a Zhotovitel je povinen je bez zbytečného odkladu Objednateli předložit. Zhotovitel je povinen zajistit splnění požadavků tohoto ustanovení Smlouvy i u svých subdodavatelů. Nesplnění povinností Zhotovitele dle tohoto ustanovení Smlouvy se považuje za podstatné porušení Smlouvy.

I. 5) b) zajistí řádné a včasné plnění finančních závazků svým subdodavatelům, kdy za řádné a včasné plnění se považuje plné uhrazení subdodavatelem vystavených faktur za plnění poskytnutá Zhotoviteli k provedení Díla, a to vždy nejpozději do 10 dnů od obdržení platby ze strany Objednatele za konkrétní plnění (pokud již splatnost subdodavatelem vystavené faktury nenastala dříve). Zhotovitel se zavazuje přenést totožnou povinnost do dalších úrovní dodavatelského řetězce a zavázat své subdodavatele k plnění a šíření této povinnosti též do nižších úrovní dodavatelského řetězce. Objednatel je oprávněn požadovat předložení dokladů o provedených platbách

subdodavatelům a smlouvy uzavřené mezi Zhotovitelem a subdodavateli a Zhotovitel je povinen je bezodkladně poskytnout. Nesplnění povinností Zhotovitele dle tohoto ustanovení Smlouvy se považuje za podstatné porušení Smlouvy.

I. 5) c) se bude v souvislosti s plněním Smlouvy snažit minimalizovat dopad na životní prostředí, respektovat udržitelnost či možnosti cirkulární ekonomiky a pokud je to možné a vhodné bude implementovat nové nebo značně zlepšené produkty, služby nebo postupy; tento závazek bude požadovat i od svých subdodavatelů.

II. Podmínky plnění předmětu Smlouvy

II. 1) Dílo je prováděno průběžně, informace o dílčích plněních a celkovém dokončení díla jsou předávány v průběžných reportech a závěrečné zprávě v termínech a dle podmínek uvedených v ust. II. 4) c) Smlouvy.

II. 2) Závazek Zhotovitele provést Dílo zahrnuje zejména:

- nastavení a vedení celouniverzitní kampaně v mediálním prostoru tak, aby dodané vizuály zasáhly relevantní cílovou skupinu
- a nákup médií (kreditů) na platformách Google Ads, Sklik, sociálních sítích (Facebook, Instagram).

II. 3) Zhotovitel je povinen při provádění prací, které jsou předmětem této Smlouvy, sledovat záměr Objednatele stanovený v čl. I. 3) této Smlouvy, a jednotlivé výstupy a činnosti vždy koncipovat tak, aby bylo dosaženo co nejlepšího výsledku.

II. 4) **Doba provádění Díla**

II. 4) a) Zhotovitel zahájí provádění Díla ihned, jakmile bude Smlouva účinná.

II. 4) b) Hlavní komunikační období budou probíhat: v rozmezí srpen 2023 – červenec 2024

II. 4) c) Zhotovitel odevzdá Objednateli dílčí části Díla v těchto fázích a termínech:

- 1. průběžný report – komunikace Open Day 2023 nejpozději do 30. 9. 2023.
- 2. průběžný report – za období říjen–prosinec 2023 nejpozději do 8. 1. 2024. Součástí 2. průběžného reportu bude i celkové peněžní vyjádření dílčího plnění provedeného za rok 2023 (vyčíslení ceny všech doposud realizovaných částí komunikační kampaně dle této smlouvy za období 1. a 2. průběžného reportu)
- 3. průběžný report – za období leden–únor 2024 nejpozději do 7. 3. 2024
- 4. průběžný report – za období březen–červen 2024 nejpozději do 8. 7. 2024
- závěrečnou zprávu obsahující vyhodnocení a vyčíslení ceny celé komunikační aktivity nejpozději do 9. 8. 2024.

II. 5) **Harmonogram**

II. 5) a) Smluvní strany si sjednají bezodkladně, nejpozději však do 5 pracovních dnů ode dne účinnosti této Smlouvy, závaznou podobu realizačního harmonogramu provádění Díla *(dále jen „**Harmonogram**“)*.

II. 5) b) Zhotovitel se zavazuje postupovat při provádění Díla v souladu s Harmonogramem, nebude-li Smluvními stranami dohodnuto jinak.

II. 5) c) Zhotovitel je povinen Harmonogram pravidelně vyhodnocovat, vyhodnocení předkládat jednou měsíčně Objednateli, nebude-li mezi Objednatelem a Zhotovitelem dohodnuto jinak, a navrhovat opatření při zjištění odchylek průběhu provádění Díla od Harmonogramu.

II. 5) d) Zhotovitel je povinen Harmonogram průběžně aktualizovat zejména v návaznosti na průběh provádění Díla či pokyny Objednatele.

II. 6) Zhotovitel je povinen předložit veškeré připravené podklady a výstupy pro Dílo Objednateli ke schválení. Objednatel předložené materiály schválí ve lhůtě 5 pracovních dnů.

II. 7) Opakované nedodržení termínů stanovených v harmonogramu a v této Smlouvě bude považováno za podstatné porušení Smlouvy.

III. Cena Díla a platební podmínky

III. 1) Celková cena Díla za splnění závazků Zhotovitele dle Smlouvy činí

480.000,- Kč bez DPH

III. 2) Zhotovitel je oprávněn k ceně Díla připočíst DPH ve výši stanovené dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, *(dále jen „**ZDPH**“)*, a to k datu uskutečnění zdanitelného plnění *(dále jen „**DUZP**“)*. DUZP je u vyúčtovací faktury den převzetí Díla, u daňových dokladů k záloze je DUZP den přijetí platby.

III. 3) Zhotovitel prohlašuje, že cena Díla obsahuje jeho veškeré nutné náklady nezbytné pro řádné a včasné splnění předmětu Smlouvy včetně všech nákladů souvisejících při zohlednění veškerých rizik a vlivů, o nichž lze během plnění Smlouvy uvažovat. Zhotovitel přebírá nebezpečí změny okolností.

III. 4) **Úhrada ceny Díla**

III. 4) a) Cena Díla bude hrazena na základě zálohových faktur vystavených v průběhu provádění Díla a konečného vyúčtování po předání celého Díla (dle následujícího odstavce).

III. 4) b) Dohodnutá cena Díla bude Zhotoviteli zaplacena ve třech etapách:

1. Záloha ve výši 30 % z celkové ceny Díla bude uhrazena na základě zálohové faktury vystavené Zhotovitelem poté, jakmile Smlouva nabyde účinnosti. Po obdržení zálohy vystaví Zhotovitel nejpozději do 15 dnů od obdržení platby daňový doklad na přijatou platbu a pošle jej bez zbytečného odkladu Objednateli.
2. Záloha ve výši 60 % z celkové ceny díla bude uhrazena na základě zálohové faktury vystavené Zhotovitelem po dodání 3. průběžného reportu za uskutečněné aktivity. Po obdržení zálohy vystaví Zhotovitel nejpozději do 15 dnů od obdržení platby daňový doklad na přijatou platbu a pošle jej bez zbytečného odkladu Objednateli.
3. Doplatek ve výši 10 % z celkové ceny Díla bude hrazen na základě vyúčtovací faktury (daňového dokladu) vystavené po dodání závěrečné zprávy obsahující vyhodnocení celé komunikační

aktivity v akademickém roce 2023/2024. Ve vyúčtovací faktuře budou zohledněny zálohové faktury dle odst. 1. a 2.

III. 4) c) Splatnost faktur je 30 dní ode dne jejího doručení Objednateli.

III. 4) d) Úhrada zálohových faktur a vyúčtovací faktury bude Objednatelem provedena bezhotovostními převody na bankovní účet Zhotovitele uvedený v záhlaví Smlouvy. Uvede-li Zhotovitel na faktuře bankovní účet odlišný, má se za to, že požaduje provedení úhrady na bankovní účet uvedený na faktuře. Peněžitý závazek Objednatele se považuje za splněný v den, kdy je dlužná částka odepsána z bankovního účtu Objednatele ve prospěch bankovního účtu Zhotovitele.

III. 5) **Náležitosti faktur**

III. 5) a) Každá faktura bude splňovat veškeré zákonné a smluvené náležitosti, zejména

1. náležitosti daňového dokladu dle § 26 a násl. ZDPH, půjde-li o daňový doklad,
2. náležitosti účetního dokladu stanovené v zákoně č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, půjde-li o účetní doklad,
3. uvedení informace o lhůtě splatnosti a
4. uvedení údajů bankovního spojení Zhotovitele.

III. 5) b) Objednatel si vyhrazuje právo vrátit fakturu Zhotoviteli bez úhrady, jestliže tato nebude splňovat požadované náležitosti. V tomto případě bude lhůta splatnosti faktury přerušena a nová 30denní lhůta splatnosti bude započata po doručení faktury opravené. V tomto případě není Objednatel v prodlení s úhradou příslušné částky, na kterou faktura zní.

III. 5) c) V případě, že faktura nebude obsahovat předepsané náležitosti a tuto skutečnost zjistí až příslušný správce daně či jiný orgán oprávněný k výkonu kontroly u Zhotovitele nebo Objednatele, odpovídá Zhotovitel Objednateli za veškeré následky z tohoto plynoucí.

III. 6) V případě, že

III. 6) a) úhrada ceny Díla má být provedena zcela nebo zčásti bezhotovostním převodem na účet vedený poskytovatelem platebních služeb mimo tuzemsko ve smyslu § 109 odst. 2 písm. b) ZDPH nebo že

III. 6) b) číslo bankovního účtu Zhotovitele uvedené ve Smlouvě či na faktuře nebude uveřejněno způsobem umožňujícím dálkový přístup ve smyslu § 109 odst. 2 písm. c) ZDPH,

je Objednatel oprávněn uhradit Zhotoviteli pouze tu část peněžitého závazku vyplývajícího z faktury, jež odpovídá výši základu DPH, a zbylou část pak ve smyslu § 109a ZDPH uhradit přímo správci daně. Stane-li se Zhotovitel nespolehlivým plátcem ve smyslu § 106a ZDPH, použije se tohoto ustanovení obdobně.

IV. Smluvní pokuty a náhrada škody

IV. 1) V případě prodlení Zhotovitele s plněním realizace Díla oproti termínům sjednaným v realizačním Harmonogramu se Zhotovitel zavazuje Objednateli zaplatit za každý započatý den prodlení smluvní pokutu ve výši 0,1 % z ceny Díla bez DPH, celkem však nejvýše 5 % z ceny Díla bez DPH.

IV. 2) V případě porušení povinnosti zajistit legální zaměstnávání, odpovídající úroveň bezpečnosti práce a férové a důstojné pracovní podmínky dle ust. I. 5) a) Smlouvy se Zhotovitel zavazuje Objednateli zaplatit smluvní pokutu ve výši 5 000,- Kč za každé takové porušení.

IV. 3) V případě porušení povinnosti řádného a včasného plnění finančních závazků subdodavatelům Zhotovitele nebo nepřenesení této povinnosti Zhotovitelem do nižších úrovní dodavatelského řetězce dle ust. I. 5) b) Smlouvy se Zhotovitel zavazuje Objednateli zaplatit smluvní pokutu ve výši 5 000,- Kč za každé takové porušení.

IV. 4) Smluvní pokuty se stávají splatnými dnem následujícím po dni, ve kterém na ně vzniklo právo. Objednatel si vyhrazuje právo započíst smluvní pokuty vůči pohledávkám Zhotovitele za Objednatelem.

IV. 5) Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok Objednatele na náhradu škody způsobené mu porušením povinnosti Zhotovitele, ke které se vztahuje smluvní pokuta. To platí i tehdy, bude-li smluvní pokuta snížena rozhodnutím soudu.

IV. 6) Smluvní pokuty se stávají splatnými dnem následujícím po dni, ve kterém na ně vzniklo právo.

V. Vyhrazené změny závazku; Opční dílo

V. 1) Smluvní strany se dohodly, že Zhotovitel poskytne za podmínek stanovených Smlouvou na žádost Objednatele Opční dílo. Objednatel se zavazuje za provedené Opční dílo zaplatit sjednanou odměnu.

V. 2) Součástí závazku Zhotovitele provést Opční dílo budou závazky obdobné závazku provést Dílo; zejména se může jednat o závazky spočívající v provedení takových výkonů a činností, které

1. byť nejsou ve Smlouvě sjednány, jsou nezbytné či vhodné pro naplnění účelu zakázky,
2. představují takový nárůst co do obsahu požadavků Objednatele na Dílo způsobený zejména dalšími či jinými požadavky Objednatele ohledně provedení Díla, že jej nelze spravedlivě pokrýt stávajícími ujednáními ve Smlouvě.

V. 3) Rozsah Opce činí zejména nákup dalšího reklamního prostoru nad rámec předloženého Návrhu mediaplánu.

V. 4) Smluvní strany se dohodly, že Opce bude provedena přiměřeně v souladu s podmínkami, které jsou sjednány touto Smlouvou, není-li výslovně sjednáno jinak.

V. 5) Účinnost závazku Zhotovitele k provedení Opčního díla Smluvní strany sjednají uzavřením opčního dodatku ke Smlouvě. Součástí opčního dodatku bude zejména:

1. podrobný popis obsahu a rozsahu Opčního díla,
2. lhůta pro provedení Opčního díla a
3. celková cena Opčního díla.

VI. Některá ustanovení o odstoupení od Smlouvy a výpovědi

VI. 1) Objednatel je oprávněn tuto Smlouvu bez jakýchkoli sankcí kdykoli vypovědět bez udání důvodu. Pro případ výpovědi Smluvní strany sjednávají 3měsíční výpovědní dobu, která počíná běžet od počátku kalendářního měsíce následujícího po měsíci, v němž byla výpověď druhé Smluvní straně doručena.

VI. 2) Kterákoliv ze smluvních stran může od této Smlouvy odstoupit s právními účinky dnem doručení oznámení o odstoupení druhé smluvní straně z důvodů vyplývajících z OZ nebo při podstatném porušení Smlouvy definovaném v textu této Smlouvy.

VI. 3) Výpověď i odstoupení od Smlouvy musí mít písemnou formu.

VI. 4) Závazky, u kterých ze Smlouvy nebo z příslušného právního předpisu vyplývá, že by měly trvat i po zrušení Smlouvy, trvají i přes zrušení Smlouvy.

VII. Mlčenlivost

Smluvní strany se zavazují zacházet důvěrně s veškerými informacemi, které jim byly poskytnuty v rámci realizace Díla, a to zejména, ale ne výhradně, s informacemi ke komunikační strategii Masarykovy univerzity, s daty a statistikami, s grafickými podklady a přístupy k online zdrojům a systémům Masarykovy univerzity, které Zhotovitel potřebuje pro přípravu a realizaci kampaně a neposkytovat je třetím osobám bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany, ani je nepoužívat pro jiné účely než pro úkoly, převzaté v rámci této smlouvy. Veškeré podklady, dokumentace, informace, jež si Smluvní strany mezi sebou za doby trvání této Smlouvy poskytnou, jsou považovány za důvěrné, ledaže by bylo zřejmé, že jsou obecně známé. Smluvní strany se zavazují informovat všechny pracovníky, kteří budou mít přístup k informacím, vyplývajícím z realizace díla, o závazcích přijatých v této Smlouvě a rovněž je zavázat povinností mlčenlivosti o těchto skutečnostech.

VIII. Závěrečná ujednání

VIII. 1) **Uzavření, uveřejnění a účinnost Smlouvy**

VIII. 1) a) Smlouva může být uzavřena výhradně písemně a lze ji změnit nebo doplnit pouze písemnými průběžně číslovanými dodatky. Smlouva je uzavřena dnem posledního podpisu zástupců Smluvních stran.

VIII. 1) b) Zhotovitel se zavazuje strpět uveřejnění kopie Smlouvy ve znění, v jakém byla uzavřena, a to včetně případných dodatků.

VIII. 1) a) Smlouva nabývá účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv, není-li ve smlouvě stanovena účinnost pozdější. Objednatel zajistí zveřejnění této smlouvy v registru smluv v souladu s právními předpisy.

VIII. 2) Ustanovení, která jsou uvozena nebo ke kterým se dodává „nebude-li mezi Objednatelem a Zhotovitelem dohodnuto jinak“, Smluvní strany považují za ustanovení pořádkového charakteru, kdy je v zájmu obou Smluvních stran mít možnost pružně reagovat na průběh a podmínky plnění závazků ze Smlouvy. Takové dohody jinak Smluvní strany nepovažují za změny Smlouvy a mohou být provedeny i

ústně, přičemž se má za to, že osobami k nim oprávněnými za Smluvní strany jsou i jejich kontaktní osoby.

VIII. 3) Není-li ve Smlouvě dohodnuto jinak, řídí se práva a povinnosti Smlouvou neupravené či výslovně nevyloučené příslušnými ustanoveními OZ a dalšími právními předpisy účinnými ke dni uzavření Smlouvy.

VIII. 4) Pokud se stane některé ustanovení Smlouvy neplatné nebo neúčinné, nedotýká se to ostatních ustanovení Smlouvy, která zůstávají platná a účinná. Smluvní strany se v takovém případě zavazují nahradit dohodou ustanovení neplatné nebo neúčinné ustanovením platným a účinným, které nejlépe odpovídá původně zamýšlenému účelu ustanovení neplatného nebo neúčinného.

VIII. 5) Zhotovitel je oprávněn převést svá práva a povinnosti ze Smlouvy na třetí osobu pouze s předchozím písemným souhlasem Objednatele; § 1879 OZ se nepoužije. Objednatel je oprávněn převést svá práva a povinnosti ze Smlouvy na třetí osobu.

VIII. 6) Nedílnou součástí Díla je příloha č. 1 a příloha č. 2 Smlouvy obsahující bližší specifikaci Díla a záměr Objednatele.

VIII. 7) Případné rozpory se Smluvní strany zavazují řešit dohodou. Teprve nebude-li dosažení dohody mezi nimi možné, bude věc řešena u věcně příslušného soudu; místně příslušným je soud, v jehož obvodu má sídlo Objednatel.

VIII. 8) Smluvní strany potvrzují, že si Smlouvu před jejím podpisem přečetly a s jejím obsahem souhlasí. Na důkaz toho připojují své elektronické podpisy.

Příloha č. 1 – Popis předmětu veřejné zakázky

Příloha č. 2 - Návrh mediaplánu

Příloha č. 1 Smlouvy - Popis předmětu veřejné zakázky – Mediální část komunikační kampaně 2023–2024

Předmětem veřejné zakázky je mediální realizace komunikační kampaně cílené na uchazeče o studium na Masarykově univerzitě. Komunikační kampaň se uskuteční v průběhu akademického roku 2023/2024.

Specifikace předmětu plnění

Předmětem plnění je realizace komunikační aktivity spočívající **v nákupu online reklamního prostoru v médiích**. Komunikační aktivita se odehraje v průběhu akademického roku 2023/2024. Zhotovitel předloží v rámci výběrového řízení **mediální plán kampaně** (podrobné požadavky upřesněny v Zadávací dokumentaci).

Předmět plnění je dále specifikován v tomto rozsahu:

- nastavení a vedení celouniverzitní kampaně v mediálním prostoru tak, aby dodané vizuály zasáhly relevantní cílovou skupinu
- nákup médií (kreditů) na platformách Google Ads, Sklik, sociálních sítích (Facebook, Instagram)

Součástí plnění je odevzdání **mediálního plánu**, **4 průběžných reportů** pro jednotlivé fáze kampaně (viz bod C/) a **1 závěrečné zprávy** komunikační kampaně Zhotovitelem. Průběžné reporty obsahují měřitelné ukazatele úspěšnosti využití jednotlivých komunikačních kanálů (uvedené také níže v bodu E/). Závěrečné vyhodnocení komunikační kampaně vždy zahrnuje zejména tyto hlavní části:

- manažerské shrnutí
- podrobný report z průběhu realizace kampaně
- analýza realizované kampaně
    - plnění rozpočtového plánu
    - analýza efektivity jednotlivých nástrojů komunikace
    - analýza komunikačního efektu kampaně
- závěrečné zhodnocení

Na straně Zadavatele je předpokládán podíl na realizaci v tomto rozsahu:

- komunikace a koordinace spolupráce s jednotlivými pracovišti v rámci univerzity
- schvalování časového harmonogramu, rozpočtového plánu
- správa sociálních sítí v rámci organického obsahu

Vstupy a výstupy

A/ Účel veřejné zakázky

Dlouhodobým a primárním záměrem komunikační kampaně realizované v ak. roce 2023/2024 je nárůst počtu přihlášek uchazečů o studium, vč. nárůstu přihlášených fyzických osob. Od začátku konceptu #munichallenge se univerzitě povedlo zvrátit předchozí pokles podaných přihlášek ke studiu, od roku 2020 počet podaných přihlášek pravidelně přesahuje hranici 40 000. Nárůst zájmu o Masarykovu univerzitu bychom chtěli dále udržet a podpořit, i vzhledem k rostoucí konkurenci (konkrétněji například Univerzita Palackého v Olomouci, VUT, Mendelova univerzita a Karlova univerzita). Masarykova univerzita chce jít i nadále kupředu v digitální komunikaci a vystupovat jako moderní instituce, která naslouchá aktuálním trendům.

Pro komunikační aktivitu v tomto akademickém roce univerzita využije opět ideový koncept komunikační kampaně #munichallenge a vizuály stejného charakteru jako v roce 2022/2023. Tyto mediatypy doplněné o nové vizuály

stejného charakteru chce univerzita stejně jako loni distribuovat prostřednictvím sociálních sítí i placené reklamy mezi cílovou skupinu uvedenou v bodě D/)

B/ Dostupné mediatypy a sociální sítě

K dispozici máme sadu **mediatypů** v tomto rozsahu:

- Sada formátů pro propagaci na sociálních sítích – posty (darkposty), gify, stories, carousely
- Sada PPC bannerů různých formátů
- Celouniverzitní video v šířkovém formátu o stopáži 64 s
- 10 fakultních videí ve výškovém i šířkovém formátu
- 10 podcastů (vydané na Spotify a Youtube)

V současné době pro komunikaci s uchazeči využíváme tyto **účty na sociálních sítích:**

- Facebook Studuj na MUNI: https://www.facebook.com/studujnamuni/
- Instagram @muni_life: https://www.instagram.com/muni_cz/
- YouTube Masarykova univerzita: https://www.youtube.com/channel/UCaDANN_UsSFy2E3AQ0YhFoA

C/ Časový rámec kampaně

Komunikační kampaň proběhne v těchto fázích:

1. **SEE**
   - Open Day (23. 8. – 24. 9. 2023)

2. **THINK** (awareness fáze)
   - Vyber si MUNI / Vyber si program (25. 9. – 31. 12. 2023)

3. **DO** (hot fáze) – nejdůležitější fáze, peak komunikační kampaně
   - Podej si přihlášku (1. 1. – 28. 2. 2024)

4. **CARE** (care fáze) – placená reklama omezená na minimum
   - Připrav se na testy (1. 1. – duben 2024)
   - Přijď k přijímačkám (duben – červen 2024)
   - Přijď k zápisu (počátek června – konec července 2024)
   - Připrav se na MUNI (konec července – září 2024)

D/ Cílová skupina

Náborovou komunikační kampaní Masarykovy univerzity se chceme obracet zejména k primární cílové skupině – k **uchazečům o studium z řad SŠ studentů** (přibližně 17–25 let, ČR, SK), nedávní absolventi MUNI (např. před dokončením Bc. studia) i jiných VŠ.

Za velmi důležitý považujeme přesah kampaně do sekundární cílové skupiny – **studenti MU**. Pokud bychom se na cílové skupiny dívali komplexněji, je nutné celkový obrázek rozšířit o jedince, kteří významně ovlivňují volbu uchazečů: **pedagogové, rodiče**. Významným je pro nás také dosah mezi širokou veřejnost a následný vliv na její vnímání univerzity.

E/ Kam se chceme dostat a jak budeme posuzovat úspěch kampaně (měřitelné cíle projektu)

1) **Cíl: nárůst zájmu uchazečů o studium na MU**
   - Indikátory:
     - počet kompletních podaných přihlášek ke studiu v porovnání s předchozími lety

    - počet přihlášených fyzických osob v poměru k maturantům
    - návštěvnost celouniverzitního dne otevřených dveří – Open Day 2023
    - počet fanoušků instagramového profilu muni_life

- Další indikátory:
    - dosah publikovaného obsahu na výše zmiňovaných kanálech sociálních sítí
    - reakce na publikovaný obsah na výše zmiňovaných kanálech sociálních sítí (like, komentář, sdílení)
    - počet konverzí / konverzní poměr v reklamní kampani
    - počet zhlédnutí případných propagačních videí
    - počet reakcí na případná propagační videa
    - počet zobrazení a kliknutí v bannerové kampani na Google Ads

2) **Cíl: nárůst zájmu kvalitních, motivovaných uchazečů**
- Indikátory:
    - počet přihlášek s prominutím přijímacích testů na základě mimoškolní činnosti či průměru

3) **Cíl: zvýšit obeznámenost s možnostmi studia (programy)**
- Indikátory:
    - ukazatele povědomí cílových skupin o studijní nabídce vyplývající z interních průzkumů