**Příloha č. 3 – Podrobná specifikace předmětu plnění**

a) Monitoring médií
- Pravidelné zpracování denního monitoringu tisku, internetu a TVR zasílaných každé pracovní ráno e-mailem na předem určený seznam adresátů (do 300 emailových adres)

- Balíček 600 zpráv měsíčně

- Vytvoření profilu IPR Praha v rámci webové a mobilní aplikace

- Vytvoření členěného archivu dle zadaných hlavních témat IPR Praha

- Možnost vytvoření uživatelského dashboardu v rámci webové aplikace (10 témat)

- Doplňková služba „e-výstřižky“ (scany) a nahrávky mediálních výstupů

- Mediální archiv s daty do roku 1996

b) Mediální analýzy
- 4 čtvrtletní analýzy mediálního obrazu tradičních médií IPR Praha (včetně CAMP) \*

- 1 celoroční analýza mediálního obrazu tradičních médií IPR Praha

- 1 celoroční analýza mediálního obrazu tradičních médií Centra architektury a městského plánování (CAMP)

c) Ad hoc služby (na objednávku dle potřeby)
- Mediální analýza tradičních médií – reakce na aktuální dění/ projekt\*\*

* Malého rozsahu (1–999 zpráv)
* Středního rozsahu (1000–4999 zpráv)
* Velkého rozsahu (5000-9999 zpráv)

- Analýza sociálních sítí – reakce na aktuální dění/ projekt\*\*

* Malého rozsahu (do 1000 zmínek)
* Středního rozsahu (do 5000 zmínek)
* Velkého rozsahu (do 10000 zmínek)

- Benchmark analýza s vybranou institucí\*\*

* Malého rozsahu (1–999 zpráv)
* Středního rozsahu (1000–4999 zpráv)
* Velkého rozsahu (5000-9999 zpráv)

d) Osobní konzultace analýz mediálního obrazu se zadavatelem v maximálním rozsahu do 20 hodin za 1 rok

\* Požadujeme, aby kvartální analýza obsahovala detailní rozdělení sekce „Představitelé IPR,“ tzn. grafické rozlišení mezi těmi představiteli IPR Praha, kteří mají v médiích citaci a těmi, kteří jsou médii pouze zmiňováni (bez citace). Dále požadujeme, aby kvartální analýza obsahovala rozdělení sekce „Témata“ na témata IPR Praha a CAMP.

\*\* Vhledem k individuální povaze každé objednávky se cena analýzy může lišit

**Dodací lhůty**

Ranní monitoring médií – nejpozději do 7:00 každý pracovní den
Čtvrtletní mediální analýzy – nejpozději do 15. pracovního dne následujícího daného kvartálu (tj. nejpozději k 15.4., 15.7., 15.10. a 15.1.)

Adhoc mediální analýzy a analýzy sociálních sítí – dle dohody podle rozsahu poptávané analýzy