

SMLOUVA O NAVRŽENÍ JEDNOTNÉ MARKETINGOVÉ STRATEGIE PRO STŘEDNÍ ZEMĚDĚLSKÉ ŠKOLY V ČESKÉ REPUBLICE NA OBDOBÍ 2018–2021

č. 81/2017 - 1010

Čl. I Smluvní strany

1.1 Objednatel:

Název	Ústav zemědělské ekonomiky a informací státní příspěvková organizace
Sídlo	120 00 Praha 2, Mánesova 1453/75
Zastoupen	Ing. Štěpán Kala, MBA, Ph.D., ředitel
tel. č.	██████████
IČO	00027251
DIČ	CZ00027251
Bankovní spojení	██
Pověřený pracovník	Ing. Vojtěch Karpíšek
tel. č.	██
e-mail	karpisek.vojtech@uzei.cz

(dále jen „objednatel“)

1.2 Dodavatel:

Název	Než Zazvoní, s.r.o.
Sídlo	Křenová 89/19, 602 00 Brno
Zapsán v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 87593	
Zastoupen	Mgr. Ing. Richardem Malovičem, jednatelem
IČO	03967921
DIČ	CZ03967921
Bankovní spojení	██
Pověřený pracovník	Mgr. Ing. Petr Soukeník
tel. č.	██
e-mail	██

(dále jen „dodavatel“)

(objednatel a dodavatel společně též jako „smluvní strany“ a/nebo jednotlivě jako „smluvní strana“)

Smluvní strany uzavírají podle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“), tuto smlouvu o navržení jednotné marketingové strategie pro střední zemědělské školy v České republice na období 2018–2021

Čl. II **Účel a předmět smlouvy**

- 2.1 Dodavatel touto smlouvou zaručuje objednateli splnění zadání veřejné zakázky malého rozsahu a všech z toho vyplývajících podmínek a povinností podle zadávací dokumentace veřejné zakázky malého rozsahu uvedené v Příloze č. 3 této smlouvy. Podmínky výběrového řízení veřejné zakázky malého rozsahu a nabídka dodavatele ve výběrovém řízení veřejné zakázky malého rozsahu jsou závazné po celou dobu trvání tohoto smluvního vztahu a v otázkách výslovně neuvedených touto smlouvou se smluvní strany budou řídit těmito dokumenty.
- 2.2 Smluvní strany uzavírají tuto smlouvu za účelem spolupráce na plnění tematického úkolu objednatele č. 4418/41 s názvem „Koncepce jednotného systému propagace rezortu zemědělství ve školách“ pro Ministerstvo zemědělství. Hlavním strategickým cílem tohoto tematického úkolu je trvale udržitelný rozvoj resortu zemědělství, tedy získávat mladé, v oboru vzdělané lidi do resortu zemědělství. Dílčími strategickými cíli tematického úkolu jsou: a) zvýšit zájem o studium na středních zemědělských školách; b) zvýšit pozitivní povědomí o českém zemědělství jako takovém. (dále jen „strategické cíle“) Cílem plnění této smlouvy je navrhnout jednotnou marketingovou strategii pro střední zemědělské školy v České republice, která pomůže k dosažení strategických cílů.
- 2.3 Předmětem plnění této smlouvy je závazek dodavatele pomocí analýz a výzkumů, které dodavatel provede, navrhnout pro objednatele jednotnou marketingovou strategii pro střední zemědělské školy v České republice na období let 2018 až 2021 vedoucí ke splnění strategických cílů uvedených v předchozím odstavci tohoto článku (dále jen „marketingová strategie“) a realizovat povinné části navržené marketingové strategie. Předmět plnění zahrnuje:
- a) Metodika vypracování marketingové strategie;
 - b) Situační analýza současného stavu středního zemědělského školství při procesu získávání nových žáků;
 - c) Návrh marketingové strategie;
 - d) Realizace povinné části marketingové strategie.
- Bližší specifikace předmětu plnění této smlouvy je uvedena v Příloze č. 1 této smlouvy – Specifikace předmětu plnění, která je nedílnou součástí této smlouvy (dále jen „předmět plnění“).
- 2.4 Součástí předmětu plnění této smlouvy jsou i plnění v této smlouvě výslovně nespecifikovaná, která jsou však k řádnému plnění nezbytná a o kterých dodavatel vzhledem ke své odbornosti a zkušenostem měl nebo mohl vědět. Provedení těchto plnění však v žádném případě nezvyšuje touto smlouvou sjednanou cenu.
- 2.5 Objednatel se zavazuje za dále uvedených podmínek předmět plnění převzít a zaplatit sjednanou cenu dle čl. IV. této smlouvy.

Čl. III **Doba a způsob plnění, akceptace předmětu plnění**

- 3.1 Dodavatel se zavazuje na svůj náklad a nebezpečí provést a předat předmět plnění objednateli v těchto postupných částech předmětu plnění a termínech plnění:
- a) Metodika vypracování marketingové strategie nejpozději do 30.9.2017;
 - b) Situační analýza současného stavu středního zemědělského školství při procesu získávání nových žáků nejpozději do 30.11.2017;
 - c) Návrh marketingové strategie:
 - (1) Finální návrh marketingové strategie nejpozději do 28.2.2018

- (2) Příručka první vydání nejpozději do 28.2.2018;
- d) Realizace povinné části marketingové strategie:
- (1) Příručka druhé vydání nejpozději do 15.6.2018
 - (2) Pilotní projekt nejpozději do 15.6.2018
 - (3) Semináře nejpozději do 22.6.2018.
- 3.2 Dodavatel se zavazuje předmět plnění provést s odbornou péčí, podle pokynů objednatele, které jsou pro dodavatele závazné, a za podmínek sjednaných touto smlouvou, včetně Přílohy č. 1 této smlouvy. Dodavatel je povinen obstarat si vše potřebné pro plnění této smlouvy.
- 3.3 Objednatel je oprávněn předmět plnění v průběhu jeho provádění kontrolovat prostřednictvím pověřeného pracovníka. Dodavatel je povinen předložit objednateli na jeho žádost veškeré podklady pro provedení takové kontroly. Zjistí-li objednatel, že dodavatel neprovádí předmět plnění v souladu s touto smlouvou, je objednatel oprávněn požadovat od dodavatele nápravy chyb v objednatelém určené přiměřené lhůtě. Jestliže dodavatel tak neučiní, je objednatel oprávněn odstoupit od smlouvy.
- 3.4 Předmět plnění této smlouvy bude předáván v postupných částech předmětu plnění a termínech plnění podle odst. 3.1 tohoto článku na pracovišti objednatele na adrese Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2 k rukám pověřeného pracovníka objednatele písemně v elektronické i listinné formě, mimo postupné části předmětu plnění podle odst. 3.1 písm. d) bod (3) tohoto článku – semináře, které se uskuteční v místech určených v Příloze č. 1 této smlouvy.
- 3.5 Postupné části předmětu plnění budou po jejich předání podléhat schválení ze strany objednatele formou akceptačního řízení. Vzor předávacího – akceptačního protokolu tvoří nedílnou přílohu č. 2 této smlouvy.
- 3.6 Objednatel nejpozději do 5 (pěti) pracovních dnů po předání jednotlivé postupné části předmětu plnění podle odst. 3.1 tohoto článku provede akceptační řízení. Předmětem akceptačního řízení bude ověření, zda plnění odpovídá požadavkům objednatele dle této smlouvy a jeho výsledkem bude jeden z následujících závěrů, který objednatel uvede na předávacím - akceptačním protokolu:
- 3.6.1 „Akceptováno bez výhrad“ – postupná část předmětu plnění zcela odpovídá požadavkům objednatele a je považována za dokončenou;
 - 3.6.2 „Akceptováno částečně, s výhradami“ – při plnění nebyly naplněny všechny požadavky objednatele. Nesplněné požadavky budou uvedeny na akceptačním protokolu. Postupná část předmětu plnění v tomto případě není považována za dokončenou a dodavatel se zavazuje nedostatky uvedené v akceptačním protokolu odstranit nejpozději do 5 (pěti) pracovních dnů, případně v termínu, na kterém se smluvní strany dohodnou, bude-li shora uvedený termín zjevně nepřiměřený. Ustanovení odst. 3.6 tohoto článku se použije přiměřeně s ohledem na množství či závažnost vytýkaných nedostatků. Nedojde-li ve shora uvedeném termínu k odstranění uvedených nedostatků postupné části předmětu plnění, je objednatel oprávněn od smlouvy odstoupit;
 - 3.6.3 „Neakceptováno“ – postupná část předmětu plnění je zcela nedostatečná a v celém rozsahu neodpovídá požadavkům objednatele. Nejzásadnější nedostatky/vady budou uvedeny v akceptačním protokolu. Postupná část předmětu plnění v tomto případě není považována za dokončenou a objednatel je v takovém případě oprávněn od smlouvy odstoupit či zavázat dodavatele plnění přepracovat, a to nejpozději do termínu stanovenému objednatelém v akceptačním protokolu. Ustanovení odst. 3.6 tohoto článku se použije obdobně. Nedojde-li ve shora uvedeném termínu k přepracování plnění ve smyslu řádného a bezvýhradného plnění, je objednatel oprávněn od smlouvy odstoupit.
- 3.7 Potvrzením akceptačního protokolu objednatelém se závěrem „Akceptováno bez výhrad“ se postupná část předmětu plnění považuje za dokončenou k okamžiku jejího předání. V případě potvrzení akceptačního protokolu objednatelém se závěrem „Akceptováno částečně, s výhradami“ či „Neakceptováno“, kdy byla postupná část předmětu plnění vrácena k odstranění nedostatků nebo k přepracování, se postupná část předmětu plnění považuje za dokončenou až k okamžiku předání takové postupné části předmětu plnění s následným akceptačním závěrem „Akceptováno bez výhrad“.

- 3.8 Vlastnické právo k předmětu plnění a nebezpečí škody na něm přejde na objednatele dnem předání předmětu plnění s následným akceptačním závěrem „Akceptováno bez výhrad“.
- 3.9 V případě poskytnutí vadného plnění vznikají objednateli nároky dle příslušných ustanovení občanského zákoníku.

Čl. IV

- 4.1 Cena předmětu plnění se sjednává ve výši 1.149.500,- Kč (slovy jeden milion sto čtyřicet devět tisíc pět set korun českých) s DPH (z toho cena bez DPH 950.000,- Kč a DPH 21 % ve výši 199.500,- Kč). Dodavatel je plátcem DPH.
- 4.2 Sjednaná cena s DPH dle předchozího odstavce je stanovena jako pevná a nejvýše přípustná a zahrnuje veškeré náklady dodavatele nutné k plnění této smlouvy, jakož i veškeré náklady související. Smluvní strany prohlašují, že sjednanou cenu s DPH považují za konečnou a nepřekročitelnou. Smluvní strany si ujednávají, že kupní cena za věci obstarané pro účely plnění této smlouvy je zahrnuta ve sjednané ceně a její výše nebude po dobu trvání této smlouvy žádným způsobem upravována a na její výši nemá žádný vliv výše vynaložených nákladů souvisejících s plněním této smlouvy ani jakýchkoliv jiných nákladů či poplatků, k jejichž úhradě je dodavatel na základě této smlouvy či obecně závazných právních předpisů povinen.
- 4.3 Objednatel neposkytuje dodavateli zálohy. Potvrzením akceptačního protokolu objednatelem pro postupnou část předmětu plnění podle odst. 3.1 písm. d) bod (3) čl. III této smlouvy se závěrem „Akceptováno bez výhrad“ za současného splnění podmínky, že akceptační protokoly byly objednatelem pro všechny postupné části předmětu plnění podle odst. 3.1 čl. III této smlouvy potvrzeny se závěrem „Akceptováno bez výhrad“, vzniká dodavateli právo na zaplacení sjednané ceny. Následně dodavatel doručí objednateli daňový doklad – fakturu, a to v listinné formě osobně nebo doporučeně poštou na adresu sídla objednatele nebo v elektronické formě prostřednictvím datové schránky ÚZEI nebo e-mailem se zaručeným elektronickým podpisem dodavatele na adresu uctarna@uzei.cz. Každý daňový doklad – faktura musí splňovat všechny náležitosti podle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů a musí obsahovat všechny údaje uvedené v ust. § 435 odst. 1 občanského zákoníku. Výše fakturované částky musí odpovídat sjednané ceně. Každý daňový doklad – faktura musí obsahovat navíc tyto údaje:
- datum splatnosti v souladu s ujednáním o splatnosti dle této smlouvy,
 - uvedení čísla účtu, na něž má být objednatelem uhrazena cena,
 - číslo smlouvy objednatele.
- 4.4 V případě, že daňový doklad – faktura nebude obsahovat některou náležitost uvedenou v odst. 4.3 tohoto článku nebo ji bude obsahovat chybně, je objednatel oprávněn daňový doklad – fakturu do data splatnosti vrátit dodavateli. Lhůta splatnosti v takovém případě neběží, přičemž nová lhůta splatnosti počíná běžet až ode dne doručení opraveného či doplněného daňového dokladu – faktury.
- 4.5 Splatnost všech daňových dokladů – faktur se sjednává na 30 (třicet) dní ode dne doručení daňového dokladu – faktury objednateli. V případě prodlení s úhradou faktury je objednatel povinen hradit zákonné úroky z prodlení.
- 4.6 Platba se považuje za splněnou dnem odepsání z účtu objednatele ve prospěch účtu dodavatele.
- 4.7 Pouze objednatel je oprávněn jednostranně započíst pohledávky za dodavatelem vzniklé v souvislosti s plněním této smlouvy do kterékoliv budoucí, nesplacené úhrady za plnění dle této smlouvy.

Čl. V

Práva duševního vlastnictví

- 5.1 Pro případ, že předmětem plnění této smlouvy dodavatelem bude dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi podle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem

autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), prohlašuje dodavatel, že je oprávněn vykonávat svým jménem a na svůj účet majetková práva autorů k dílu a že má souhlas autorů k uzavření následujících licenčních ujednání, toto prohlášení zahrnuje i taková práva autorů, která by vytvořením díla teprve vznikla. Pokud by toto prohlášení dodavatele neodpovídalo skutečnosti, je objednatel oprávněn požadovat po dodavateli náhradu škody, která mu vznikla porušením práv třetích osob a uplatňováním jejich nároků s tím spojených, v plné výši.

- 5.2 Dodavatel poskytuje objednateli časově, územně a množstevně neomezenou licenci k užití díla ke všem v úvahu přicházejícím způsobům užití díla. Smluvní strany se výslovně dohodly, že odměna za licenci k užití díla je již zahrnuta ve sjednané ceně podle čl. IV této smlouvy.
- 5.3 Dodavatel poskytuje licenci objednateli jako výhradní a zavazuje se neposkytnout licenci třetí osobě a dílo sám neužít.
- 5.4 Objednatel je oprávněn práva, jež jsou součástí licence, zcela nebo zčásti jako podlicenci poskytnout třetí osobě. Objednatel není povinen licenci využít.
- 5.5 Objednatel je oprávněn upravit či jinak měnit dílo, jeho název nebo označení autorů, stejně jako spojit dílo s jiným dílem nebo zařadit dílo do díla souborného, a to přímo nebo prostřednictvím třetích osob.

Čl. VI

Realizační tým

- 6.1 Dodavatel se zavazuje k realizaci předmětu plnění realizačním týmem v souladu se zadávací dokumentací veřejné zakázky malého rozsahu a nabídkou dodavatele. Má-li dodavatel v úmyslu změnit složení realizačního týmu pro plnění této smlouvy, tedy nahradit některého z členů realizačního týmu osobou, která nebyla uvedena v nabídce dodavatele, je dodavatel povinen písemně sdělit objednateli, že žádá o změnu v osobách tvořící realizační tým dodavatele. Žádost dle předchozí věty musí obsahovat minimálně a) identifikaci nahrazovaného člena realizačního týmu dodavatele, b) identifikaci nového člena realizačního týmu dodavatele, a c) údaje o novém členovi realizačního týmu dodavatele, ze kterých bude zřejmé, že disponuje minimálně stejnou kvalifikací jako člen, jehož nahrazuje. Objednatel si vyhrazuje právo písemně odsouhlasit či neodsouhlasit změnu v realizačním týmu dodavatele s tím, že se zavazuje takový souhlas bezdůvodně neodepřít. Takovýto souhlas či nesouhlas objednatel učiní bez zbytečného prodlení po tom, co mu budou ze strany dodavatele sděleny údaje dle tohoto odstavce, nejpozději však do 5 (slovy: pěti) pracovních dnů od obdržení písemného sdělení o změně. V případě, že objednatel v této lhůtě nesdělí dodavateli svůj souhlas či nesouhlas s plněním prostřednictvím nového člena realizačního týmu dodavatele, má se za to, že s plněním prostřednictvím nového člena realizačního týmu dodavatele souhlasí. V případě jeho odepření, však není dodavatel oprávněn pověřit plněním této smlouvy jinou osobu. Změna učiněná bez souhlasu objednatele bude považována za změnu neoprávněnou.
- 6.2 Neoprávněná změna dle předchozího odstavce je považována za podstatné porušení této smlouvy a podléhá smluvní pokutě dle odst. 7.3 článku VII této smlouvy.

Čl. VII

Sankční ustanovení a odpovědnost za škodu

- 7.1 Smluvní strana je v prodlení s plněním svého závazku, který pro smluvní stranu vyplývá z této smlouvy nebo platných právních předpisů, jestliže jej nesplní řádně a včas.
- 7.2 Dojde-li k prodlení dodavatele s plněním této smlouvy oproti termínům plnění podle odst. 3.1 čl. III této smlouvy, je dodavatel povinen zaplatit objednateli za každé takové jednotlivé prodlení smluvní pokutu ve výši 2.000,- Kč (slovy: dvatisíce korun českých) za každý i započatý den takového prodlení.
- 7.3 Dodavatel se zavazuje uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč (slovy: deset tisíc korun českých) v případě neoprávněné změny kteréhokoliv člena realizačního týmu podle čl. VI této smlouvy za každý takový případ porušení. Dodavatel se v případě porušení dle věty

předchozí zavazuje v duchu ust. čl. VI této smlouvy zajistit obsazení pozic osob realizačního týmu a jejich odsouhlasení do 3 (tří) pracovních dnů od zjištění výše uvedeného porušení. V případě, kdy dodavatel nepředloží ve výše uvedené lhůtě objednateli k odsouhlasení příslušné osoby, splňující požadavky na konkrétního člena realizačního týmu dle této smlouvy, je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč (slovy: jedentisíc korun českých) za každý den prodlení s obsazením pozice osoby realizačního týmu.

- 7.4 Za každé jednotlivé porušení povinností dodavatele podle čl. VIII odst. 9.1 a 9.3 této smlouvy je dodavatel povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 50.000,- Kč (padesát tisíc korun českých).
- 7.5 Smluvní strany se zavazují k vyvinutí maximálního úsilí k předcházení škodám a k minimalizaci vzniklých škod. Smluvní strany nesou odpovědnost za škodu způsobenou při plnění této smlouvy v rámci platných právních předpisů a této smlouvy a případně vzniklou škodu jsou povinny si nahradit. Nahrazuje se skutečně vzniklá škoda a ušlý zisk. Dodavatel plně odpovídá za plnění předmětu této smlouvy rovněž v případě, že příslušnou část plnění poskytuje prostřednictvím třetí osoby, tj. subdodavatele. Nahrazuje se skutečně vzniklá škoda a ušlý zisk.
- 7.6 Smluvní pokuty a nárok na náhradu škody jsou splatné 10. (desátý) den ode dne doručení písemné výzvy objednatelovi dodavatel k jejich úhradě, není-li ve výzvě uvedena lhůta delší.
- 7.7 Dodavatel souhlasí, aby objednatel každou smluvní pokutu nebo náhradu škody, na niž mu vznikne nárok, započítal vůči platbě (faktuře) ve smyslu ustanovení čl. IV této smlouvy. Pokud nedojde k započtení dle čl. IV této smlouvy, zavazuje se k doplacení dlužné částky, a to do 30 (třiceti) kalendářních dnů ode dne převzetí písemné výzvy objednatel.
- 7.8 Uplatněním smluvní pokuty není dotčeno právo objednatel na náhradu škody v plné výši, pokud mu v důsledku porušení smluvní povinností dodavatelem vznikne, ani právo objednatel na odstoupení od této smlouvy, ani povinnost dodavatele ke splnění povinností zajištěné smluvní pokutou, ledaže by objednatel výslovně prohlásil, že na plnění povinností netrvá.

Čl. VIII

Ukončení smlouvy

- 8.1 Tato smlouva nabývá účinnosti dnem jejího uveřejnění prostřednictvím registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv. Uveřejnění této smlouvy ve smyslu předchozí věty provede objednatel.
- 8.2 Účinnost smlouvy zaniká mimo jiné:
- a) písemnou dohodou smluvních stran, jejíž nedílnou součástí je i vypořádání vzájemných závazků a pohledávek;
 - b) odstoupením od smlouvy:
 1. ze zákonných důvodů (§ 2002 a násl. občanského zákoníku);
 2. ze strany objednatel z důvodů dle odst. 3.3 článku III této smlouvy;
 3. ze strany objednatel v případě, kdy vůči majetku dodavatele probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku, pokud to právní předpisy umožňují;
 4. ze strany objednatel v případě, kdy insolvenční návrh na dodavatele byl zamítnut proto, že majetek dodavatele nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení;
 5. ze strany objednatel v případě, kdy dodavatel vstoupí do likvidace;
 6. ze strany dodavatele v případě jejího podstatného porušení objednatel. Za toto podstatné porušení se považuje prodlení objednatel s úhradou dodavatelem řádně vystavené faktury o více než 30 (třicet) kalendářních dnů po splatnosti, pokud objednatel nezjedná nápravu ani do 10 (deseti) kalendářních dnů od doručení písemného oznámení dodavatele o takovém prodlení s žádostí o jeho nápravu.

- 8.3 Odstoupení od smlouvy je účinné a smlouva zaniká s výjimkou ustanovení, která mají podle zákona nebo této smlouvy trvat i po ukončení smlouvy, dnem doručení písemného oznámení o odstoupení druhé smluvní straně.
- 8.4 Odstoupením od smlouvy či dohodou o ukončení smlouvy nejsou dotčena ustanovení týkající se smluvních pokut, náhrady škody a ustanovení týkající se takových práv a povinností, z jejichž povahy vyplývá, že mají trvat i po odstoupení či ukončení smlouvy (zejména povinnost poskytnout peněžitá plnění za plnění poskytnutá před účinností odstoupení či dohody).
- 8.5 Dodavatel se zavazuje poskytnout objednateli v případě ukončení smlouvy nezbytnou součinnost tak, aby objednateli nevznikla škoda.
- 8.6 Ukončení účinnosti této smlouvy z jakéhokoliv důvodu se nedotkne ustanovení odstavců 9,1 a 9.3 až 9.6 článku IX níže a jejich účinnost přetrvává i po ukončení účinnosti této smlouvy.

Čl. IX

Ostatní ujednání

- 9.1 Dodavatel se zavazuje zachovávat mlčenlivost o všech údajích finančního, obchodního a právního charakteru týkajících se objednatele, se kterými byl seznámen v rámci vzájemné spolupráce s objednatelem, nebo které získal či měl z titulu vzájemné spolupráce k dispozici.
- 9.2 Pověření pracovníci smluvních stran nejsou oprávněni za smluvní strany právně jednat (vyjma předání předmětu plnění a akceptačního řízení ve smyslu této smlouvy), nejsou-li sami statutárním orgánem smluvní strany či tímto orgánem k takovému jednání zmocněni.
- 9.3 Dodavatel souhlasí s tím, aby subjekty oprávněné dle zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, provedly finanční kontrolu závazkového vztahu vyplývajícího ze smlouvy s tím, že se dodavatel zavazuje podrobit se této kontrole a bude působit jako osoba povinná ve smyslu ust. § 2 písm. e) uvedeného zákona.
- 9.4 Dodavatel bere na vědomí, že objednatel je povinen na dotaz třetí osoby poskytnout informace v souladu se zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, a souhlasí s tím, aby veškeré informace obsažené v této smlouvě byly poskytnuty třetím osobám, pokud o ně v souladu s výše uvedeným právním předpisem požádají.
- 9.5 Dodavatel bere na vědomí, že smlouva, včetně jejích příloh, dodatků a dalších smluv od této smlouvy odvozených, podléhá povinnosti uveřejnění, a to včetně požadovaných metadat, dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv.
- 9.6 Dodavatel prohlašuje, že tato smlouva neobsahuje obchodní tajemství a uděluje tímto souhlas objednateli k uveřejnění smlouvy a všech podkladů, údajů a informací uvedených v odstavcích 9.4 a 9.5 tohoto článku a těch, k jejichž uveřejnění vyplývá pro objednatele povinnost dle právních předpisů.

Čl. X

Závěrečná ustanovení

- 10.1 Tato smlouva jakož i práva a povinnosti vzniklé na základě této smlouvy nebo v souvislosti s ní se řídí právním řádem České republiky, zvláště pak občanským zákoníkem, s tím, že pro účely vztahů mezi zhotovitelem a objednatelem se vylučuje použití zachovávaných obchodních zvyklostí ve smyslu ustanovení § 558 odst. 2 občanského zákoníku a dále se vylučuje použití ustanovení § 1748 a § 1765 občanského zákoníku. Odpověď smluvní strany ve smyslu ustanovení § 1740 odst. 3 občanského zákoníku s dodatkem nebo odchylkou, která podstatně nemění podmínky nabídky, není přijetím nabídky na uzavření této smlouvy. Dodavatel není oprávněn bez souhlasu objednatele postoupit svá práva a povinnosti plynoucí z této smlouvy třetí osobě dle ustanovení § 1895 občanského zákoníku.

- 10.2 Všechny změny, úpravy nebo doplňky k této smlouvě vyžadují písemnou formu očíslovaných dodatků, které budou tvořit nedílnou součást této smlouvy.
- 10.3 Neplatnost nebo neúčinnost některého ustanovení této smlouvy nezpůsobuje neplatnost smlouvy jako celku. Smluvní strany se zavazují nahradit případná neplatná nebo neúčinná ustanovení smlouvy ustanoveními platnými a účinnými, která budou co do obsahu a významu neplatným nebo neúčinným ustanovením co nejbližší.
- 10.4 Tato smlouva je sepsána ve čtyřech vyhotoveních, z nichž obě smluvní strany obdrží po dvou.
- 10.5 Smluvní strany prohlašují, že smlouva byla sjednána na základě jejich pravé, vážné a svobodné vůle, že si její obsah přečetly, bezvýhradně s ním souhlasí, považují jej za zcela určitý a srozumitelný, což níže stvrzují svými vlastnoručními podpisy.

V Praze dne 15 -09- 2017

V Brně dne 15.9.2017

Ústav zemědělské ekonomiky a informací
Ing. Štěpán Kala, MBA, Ph.D., ředitel

Než Zazvoní, s.r.o.
Mgr. Ing. Richard Malovič, jednatel

podpis dodávatele

Příloha č. 1 Specifikace předmětu plnění

Náležitosti plnění:

- Je nutné brát v potaz, že se jedná o školský marketing, který má svá specifika, a s tím je třeba počítat ve všech fázích tvorby strategie.
- Součinnost s objednatelem – povinností dodavatele je pravidelná komunikace s objednatelem. Objednatel si vyhrazuje právo, kdykoliv svolat schůzku ohledně průběhu plnění.
- V rámci plnění je povinnost dodavatele každou dílčí část předložit a prezentovat objednateli podle rozpracované *Tabulky 1 – Harmonogram objednatele* (tabulka č. 1 uvedena níže). Minimálně je povinné prezentovat části uvedené v *Tabulce 2 – Povinné prezentace průběhu plnění* (tabulka č. 2 uvedena níže).
- Při prezentacích pro objednatele musí být každá povinná část schválena objednatelem.
- V časovém harmonogramu specifikovaném v *Tabulce 1 – Harmonogram objednatele* a v povinných bodech prezentace v *Tabulce 2 – Povinné prezentace průběhu plnění* nelze vynechat žádnou z fází stanovených objednatelem, a to v pevných termínech tam uvedených.
- Normostrana – strana A4 v délce textu 1 800 znaků (symbolů a mezer).

Předmět plnění

Předmětem plnění je návrh jednotné marketingové strategie pro střední zemědělské školy v České republice na období 2018–2021 (dále také jen „marketingová strategie“, nebo „strategie“). Strategie má být primárně zaměřena na oblast marketingové komunikace (včetně akčního plánu její realizace). Celé plnění smlouvy musí odpovídat harmonogramu popsánému v *Tabulce 1 – Harmonogram objednatele*.

Celé plnění musí obsahovat metodickou část, analytickou část, vlastní návrh marketingové strategie a realizaci povinné části marketingové strategie. Následná implementace ostatních částí marketingové strategie není obsahem tohoto plnění.

Je třeba dodržet návaznost jednotlivých částí:

Čl. III odst. 3.1 písm. a) smlouvy Metodika vypracování marketingové strategie (dále jen „Metodika“)

Čl. III odst. 3.1 písm. b) smlouvy Situační analýza současného stavu středního zemědělského školství při procesu získávání nových žáků (dále jen „Situační analýza“)

Čl. III odst. 3.1 písm. c) smlouvy Návrh marketingové strategie

Čl. III odst. 3.1 písm. d) smlouvy Realizace povinné částí marketingové strategie

Čl. III odst. 3.1 písm. a) smlouvy Metodika

Cílem metodiky je popsat, jak bude dodavatel postupovat při vypracování strategie. Součástí metodiky musí být i rozpracovaný návrh harmonogramu plnění podle *Tabulky 1 – Harmonogram plnění*. Metodika musí být v rozsahu minimálně 5 normostran.

Finální podoba metodiky musí být prezentována objednateli nejpozději do 30. 9. 2017. Bez schválení Metodiky nemůže dodavatel začít s plněním dle čl. III odst. 3.1 písm. b) smlouvy.

Metodika musí obsahovat alespoň:

1. Popsání procesu části situační analýza. Zde je třeba definovat vhodné typy marketingových výzkumů, zdroje dat a konkrétní analýzy pro dosažení cílů popsaných níže v Situační analýze v bodech 1. – 5. Následně odůvodnit, proč byly právě tyto vybrány a popsat postup jejich aplikace. Pro každou část je požadován i orientační harmonogram realizace a popis cílových skupin, na kterých se daná analýza bude provádět.
2. Zvolení vhodných nástrojů školského marketingu, podle kterých bude strategie tvořena a popsat celý proces tvorby samotného návrhu marketingové strategie.
3. Rozpracovaný harmonogram (viz *Tabulka 1 – Harmonogram objednatele*), tj. harmonogram prací vyplývající z aktivit vymezených v rámci metodiky.

Čl. III odst. 3.1 písm. b) smlouvy Situační analýza

Cílem analytické části je pomocí marketingových výzkumů, relevantních zdrojů dat (sekundárních i primárních) a vhodných metod zhodnotit současný stav středního zemědělského školství při procesu získávání nových žáků a splnit všechny cíle analytické části popsané níže.

V analytické části je nutné pracovat zejména s žáky základních škol; s žáky středních zemědělských škol; se středními zemědělskými školami (řediteli, učiteli, příp. dalšími pedagogickými pracovníky); se skupinami, které ovlivňují rozhodování žáků základních škol při výběru střední školy (např. rodiče, kamarádi, starší spolužáci, školní poradci apod.); se zemědělskými firmami, s vysokými školami, rezortními organizacemi a dalšími zájmovými skupinami.

Situační analýza musí obsahovat alespoň:

1. Analýzu vnějšího a vnitřního prostředí středních zemědělských škol. Cílem je identifikovat, analyzovat a ohodnotit faktory ovlivňující zájem/nezájem o studium na středních zemědělských školách. Nedílnou součástí je zjištění tržní pozice středních zemědělských škol (analýza image vs. analýza konkurence).
2. Analýzu, proč si stávající studenti vybrali střední zemědělskou školu a jaká jsou jejich očekávání, resp. jak jsou naplněna. Cílem je zjistit, co je na škole baví, příp. jaké by uvítali změny, a jak vnímají možnosti svého uplatnění po studiu.¹
3. Analýzu motivace žáků základních škol při rozhodování o výběru střední školy. Cílem je zjistit, jaké faktory ovlivňují žáky při výběru střední školy, a určit, kde si žáci hledají informace o středních školách.
4. Analýzu a popis cílových skupin (rodiče, kamarádi apod.), které ovlivňují žáky základních škol ve výběru střední školy. Cílem analýzy je zjistit, jaké cílové skupiny nejvíce ovlivňují žáky základních škol při výběru střední školy, jaké konkrétní faktory ovlivňují rozhodování těchto cílových skupin při působení na žáky základních škol a kde si tyto cílové skupiny hledají informace o středních školách.
5. SWOT analýzu středního zemědělského školství ve vztahu k získávání nových studentů. Cílem je syntetizovat výstupy předešlých analýz, výzkumů a relevantních informací a určit rozhodující silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení u středních zemědělských škol při procesu získávání nových studentů. Součástí analýzy musí být i určení priorit pro definované body z hlediska časové náročnosti, finanční náročnosti a významnosti pro dosažení strategických cílů. Tato analýza bude závěrečnou analýzou a musí vycházet ze všech předešlých analýz a výzkumů.

¹ V první polovině roku 2017 objednatel prováděl kvantitativní výzkum na středních zemědělských školách. V Tabulce 3 — Výzkum na středních zemědělských školách prováděný objednatelem naleznete zjišťované okruhy zájmu a nástin metodiky sběru dat. Vyhodnocení tohoto výzkumu bude poskytnuto dodavateli do konce října 2017 a je žádoucí, aby s výsledky výzkumu dodavatel dále pracoval.

Čl. III odst. 3.1 písm. c) smlouvy Návrh marketingové strategie

Cílem je navrhnout integrovanou strategii, ve které se jednotlivé prvky vzájemně doplňují a podporují a která pomůže k dosažení strategických a marketingových cílů.

Samotná marketingová strategie musí být v rozsahu min. 20 normostran.

Strategie musí minimálně obsahovat rozpracované marketingové cíle, samotný návrh strategie, jehož součástí bude návrh marketingové komunikace včetně mediaplánu, akční plán (akční programy), rozpracovaný harmonogram implementace strategie včetně určení a definice odpovědných subjektů za implementaci strategie, rozpočet implementace strategie, návrh kontrolního mechanismu pro plnění implementace strategie. Dále je objednatelem požadováno, aby marketingová strategie obsahovala povinnou část specifikovanou níže v bodě 2. c) *Povinná část marketingové strategie*. Realizace těchto povinných bodů musí proběhnout podle *Tabulky 1 – Harmonogram objednatele*.

Marketingová strategie musí obsahovat alespoň:

1. Marketingové cíle

Cílem je rozpracovat strategické cíle podle výsledků z části situační analýza a nastavit tak konkrétní marketingové cíle, kterých má být dosaženo.

2. Návrh marketingové strategie

a. Školské marketingové nástroje

Rozpracovat strategii podle nástrojů zvolených v metodice, tak aby vycházela ze závěrů situační analýzy. Strategie má být primárně zaměřena na oblast marketingové komunikace včetně akčního plánu její realizace. Celé plnění smlouvy musí odpovídat harmonogramu, který je uveden v *Tabulce 1 – Harmonogram objednatele*.

b. Návrh marketingové komunikace

Nedílnou součástí marketingové strategie musí být i návrh marketingové komunikace včetně mediaplánu pro celé navrhované období.

c. Povinná část marketingové strategie

Tato část musí být v marketingové strategii obsažena a bude zahrnovat příručku, semináře – školení příručky, pilotní projekt. Musí být realizována dodavatelem podle termínů v *Tabulce 1 – Harmonogram objednatele*.

i. Příručka

Příručka (o rozsahu min. 80 normostran), musí vycházet ze situační analýzy a musí obsahovat návod, jak mají školy postupovat při získávání nových studentů. Cílem příručky je co nejnázorněji popsat, jak postupovat u konkrétních nástrojů při procesu získávání nových žáků na střední zemědělské školy. Příručka musí být jedním z nástrojů pro dosažení cíle plnění

a musí být nastaveny kontrolní mechanismy, podle kterých toto můžeme sledovat.

Požadavek je, aby příručka byla „živá“. Znamená to připravit příručku tak, aby se její jednotlivé části mohly v následujících obdobích aktualizovat. V tomto plnění vznikne první a druhé vydání příručky, které bude prezentováno na seminářích (bod 2. c. ii.). První vydání příručky vznikne do konce února 2018. Druhé vydání vznikne do 15. června 2018 po provedení pilotních projektů a po případných relevantních komentářích ze strany středních zemědělských škol k využitelnosti a aplikovatelnosti příručky.

Dále požadujeme, aby bylo v návrhu strategie popsáno, jak se bude s příručkou pracovat v obdobích 2018-2021. Online příručka může být např. ve formátu jednoduché aplikace, se kterou se bude dále pracovat.

Před samotným začátkem psaní příručky je třeba schválit objednatelem její formu (u tištěné i online verze), grafické zpracování a stručný obsah, čím se budou zabývat jednotlivé části příručky. Příručka je požadována jak v online formátu, tak i ve formátu tiskových dat.

Příručka musí být tvořena současně s návrhem marketingové strategie a její vydání bude přílohou strategie. Dokončení příručky je požadováno podle *Tabulky 1 – Harmonogram objednatele*. V návrhu marketingové strategie musí být popsáno, jak se bude s příručkou dále pracovat.

Při tvorbě příručky je nutné počítat s tím, že většina škol musí velkou část marketingových aktivit realizovat stávajícími pracovníky a je nutné konkrétně definovat, kdo by měl být za jednotlivé aktivity zodpovědný. Zároveň je třeba myslet na to, že příručka musí být jasná a srozumitelná pro všechny, tedy snažit se vyvarovat zbytečným odborným výrazům.

ii. Semináře – školení příručky

Cílem je uspořádat 4 celodenní semináře (cca 6 hodin školení/jeden seminář) pro cca 30–40 lidí na seminář. Předpokládá se, že dva semináře se uskuteční v Čechách a dva na Moravě (definitivní určení místa konání je předmětem domluvy mezi objednatelem a dodavatelem). Školící místnosti zajistí objednatel. Dodavatel zajistí přednášejícího a vše po technicko-organizační stránce (pozvání účastníků na akci, malé občerstvení a další věci spojené s organizací akce). Na semináře musí dodavatel pozvat účastníky s dostatečným předstihem a to alespoň 2 měsíce předem.

První dva semináře se uskuteční v březnu 2018 po napsání prvního vydání příručky. Ty budou mít za cíl co nejnázorněji ukázat, jak používat příručku v praxi, motivovat školy pro aplikaci příručky a zároveň budeme požadovat po školách, aby se zapojily do rozvíjení příručky a jejich případné relevantní komentáře byly zapracovány do druhého vydání příručky do 15. června 2018. Druhé dva semináře se uskuteční v červnu 2018 a na nich se budou prezentovat druhé vydání příručky, které bude bráno jako finální verze příručky pro toto plnění.

V návrhu strategie musí být popsán obsah a harmonogram seminářů.

iii. Pilotní projekt

Cílem je vybrat 3 školy (výběr škol zajistí dodavatel ve spolupráci s objednatelem), na kterých se za pomoci dodavatele ukáže aplikace příručky v praxi. Tímto bude získána zpětná vazba použitelnosti příručky v praxi a poznatky z tohoto pilotního projektu budou využity v další práci s příručkou. Dodavatel musí aktivně spolupracovat na realizaci všech částí příručky a poznatky a doporučení z průběhu realizace poté zpracovat do druhého vydání příručky a do finální prezentace, která má proběhnout do konce června 2018. Subjekty (školy) požadujeme vybrat již na začátku projektu (ve spolupráci s objednatelem) a spolupráce s nimi je doporučena v celém průběhu plnění zakázky.

3. Návrh harmonogramu implementace marketingové strategie pro období 2018–2021.
4. Definování odpovědných subjektů za plnění implementace marketingové strategie pro období 2018–2021. Zároveň určení přibližné časové náročnosti pro implementaci jednotlivých návrhů strategie odpovědnými subjekty.
5. Návrh rozpočtu implementace marketingové strategie pro období 2018–2021.
6. Nastavení kontrolních mechanismů plnění implementace pro období 2018–2021.

Čl. III odst. 3.1 písm. d) smlouvy Realizace povinné části marketingové strategie

V rámci plnění je nutné realizovat aktivity definované v části *Návrh marketingové strategie* v bodu 2 c) *Povinná část marketingové strategie*:

- i. Druhé vydání příručky – případné upravení příručky podle relevantních komentářů ze zemědělských škol. Tisk pro zástupce škol (cca 100 ks, barevný tisk, křídový papír, předpokládaný rozměr A4, po odsouhlasení objednatelem je možné rozměr upravit).
- ii. Semináře – realizace školení příručky
viz Čl. III odst. 3.1 písm. c) bod 2. c. ii. (viz výše)
- iii. Pilotní projekt – realizace
viz Čl. III odst. 3.1 písm. c) bod 2. c. iii. (viz výše)

Realizace musí proběhnout podle termínů v *Tabulce 1 – Harmonogram objednatele* a podle *Tabulky 2 – Povinné prezentace průběhu plnění*.

Nejpozději 28. 2. 2018 požadujeme předložit návrh jednotné marketingové strategie pro střední zemědělské školy v České republice na období 2018–2021. Nejpozději 30. 6. 2018 požadujeme prezentovat objednateli průběh a závěry z celého plnění zakázky.

Tabulka 1 – Harmonogram objednatel

Část návrhu	Popis částí	Rok 2017					Rok 2018								
		8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6			
Čl. III odst. 3.1 a) Metodika	Finální podoba metodiky														
Čl. III odst. 3.1 b) Situační analýza	Analýza pomocí relevantních zdrojů dat (sekundárních i primárních) a vhodných metod														
Čl. III odst. 3.1 b) Situační analýza	Kvalitativní a kvantitativní výzkumy														
Čl. III odst. 3.1 b) Situační analýza	SWOT analýza a závěry z celé situační analýzy														
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	Marketingové cíle														
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	První návrh marketingové strategie														
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	Finální návrh marketingové strategie														
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	2. c. i. Příručka - forma, stručný obsah, grafické zpracování														
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	2. c. i. Příručka - sepsání prvního vydání příručky														
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	2. c. ii. Semináře 2. c. iii. Pilotní projekt														
Čl. III odst. 3.1 d) Realizace povinné části marketingové strategie	iii. Pilotní projekt – realizace														
Čl. III odst. 3.1 d) Realizace povinné části marketingové strategie	ii. Semináře – realizace školení prvního vydání příručky														
Čl. III odst. 3.1 d) Realizace povinné části marketingové strategie	i. Příručka – druhé vydání příručky														
Čl. III odst. 3.1 d) Realizace povinné části marketingové strategie	ii. Semináře – realizace školení druhého vydání příručky														

Tabulka 2 – Povinné prezentace průběhu plnění

Část návrhu	Popis co prezentovat	Nejpozdější termín finální prezentace
Čl. III odst. 3.1 a) Metodika	Minimálně 1x průběh tvorby metodiky Finální podoba metodiky	30.9.2017
Čl. III odst. 3.1 b) Situační analýza	Postupy a závěry z celé části situační analýzy	30.11.2017
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	Návrh marketingových cílů	30.11.2017
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	Forma, stručný obsah a grafické zpracování bodu 2. c. i. Příručka	15.12.2017
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	Prezentace prvního návrhu marketingové strategie (co bude MS obsahovat)	15.12.2017
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	První vydání bodu 2. c. i. Příručka (verze pro tisk i online verze) Návrh procesu bodu 2. c. ii. Semináře Návrh procesu bodu 2. c. iii. Pilotní projekt	28.2.2018
Čl. III odst. 3.1 c) Návrh marketingové strategie	Prezentace finálního návrhu marketingové strategie	28.2.2018
Čl. III odst. 3.1 d) Realizace povinné části marketingové strategie	První průběžná prezentace realizace povinných bodů marketingové strategie	31.3.2018
Čl. III odst. 3.1 d) Realizace povinné části marketingové strategie	Finální prezentace realizace povinné části marketingové strategie a zároveň finální prezentace celého plnění	30.6.2018

Tabulka 3 – Výzkum na středních zemědělských školách prováděný objednatelem

Empirický výzkum motivací ke studiu na středních zemědělských školách, profesního směřování studentů a spokojenosti se studiem na SŠ.	
Zjišťované okruhy	1. Identifikace studenta (pohlaví, bydliště, škola, obor)
	2. Výběr střední školy/oboru – motivace, vlivy
	3. Rodinné zázemí, vč. vazeb na zemědělství
	4. Zdroje informací pro volbu střední školy
	5. Spokojenost se studiem (se školou, s oborem)
	6. Profesní plány po absolvování SŠ
	7. Faktory důležité při volbě zaměstnání
	8. Faktory odrazující mladé od práce v zemědělství
Nástin metodiky	Dotazníkové šetření mezi žáky prvních ročníků zemědělských oborů na SZŠ. Vybrány byly školy zařazené mezi Centra odborné přípravy (COP). Realizováno formou on-line; vyplněno cca 800 dotazníků.

V Praze dne 15 -09- 2017

V Brně dne 15.9.2017

Ústav zemědělské ekonomiky a informací

Než Zazvoní, s.r.o.

Ing. Štěpán Kal
ředí

Mgr. Ing. Richard Malovič, jednatel

podpis objednatele

podpis dodavatele

PŘEDÁVACÍ – AKCEPTAČNÍ PROTOKOL

DODAVATEL: [redacted] sídlo: [redacted] IČO: [redacted] zástupce dodavatele pověřený k předání: [redacted]	OBJEDNATEL: Ústav zemědělské ekonomiky a informací sídlo: Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2 IČO: 00027251 zástupce objednatele pověřený k převzetí:
--	---

Číslo smlouvy objednatele	Datum uzavření smlouvy
[redacted]/2017	[redacted]

Předmětem akceptačního řízení je ověření plnění/dílčí plnění díla [redacted] (název díla/plnění)

[redacted] (popis předmětu plnění)

[redacted] (popis předmětu plnění)

.....

Datum předání: (vyplní objednatel)

Závěr akceptačního řízení: (variantu závěru označte křížkem) (vyplní objednatel):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> <i>akceptováno bez výhrad</i>
<input type="checkbox"/> <i>akceptováno částečně, s výhradami</i> | <input type="checkbox"/> <i>neakceptováno, k přepracování</i>
<input type="checkbox"/> <i>neakceptováno s následným odstoupením od smlouvy</i> |
|---|---|

Seznam nedostatků/vad:

Pořadové číslo	Popis nedostatku/vady	Poznámka
1		
2		
3		

Termín pro odstranění nedostatků/vad, v případě akceptace se závěrem „akceptováno částečně s výhradami“ či „neakceptováno k přepracování“: do . (vyplní objednatel v případě vyplnění tabulky výše)

Tento protokol byl vyhotoven ve třech stejnopisech, z nichž objednatel obdrží dva a dodavatel jeden.

Akceptační řízení skončeno dne

podpis zástupce dodavatele

podpis zástupce objednatele

VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY (dále též „výzva“)

dle § 31 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ či zákon“)

ZADAVATEL

Ústav zemědělské ekonomiky a informací
se sídlem Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2
IČO: 00027251

právní forma: 331 – státní příspěvková organizace zřízená Ministerstvem zemědělství ČR
zastoupená Ing. Štěpánem Kalou, MBA, Ph.D., ředitelem

VEŘEJNÁ ZAKÁZKA

Zpracování marketingové strategie jednotné propagace středních zemědělských škol II.

VZ 27/2017 - 1010

Ústav zemědělské ekonomiky a informací (dále jen „ÚZEI“) vyzývá k předložení nabídky pro níže specifikovanou veřejnou zakázku malého rozsahu s výše uvedeným názvem.

I. Úvodní ustanovení:

1. Vyhlášená zakázka je veřejnou zakázkou malého rozsahu (dále jen „veřejná zakázka“) ve smyslu ust. § 27 ZZVZ. Tato veřejná zakázka malého rozsahu není, v souladu s ustanovením § 31 ZZVZ, zadávána podle zákona.
2. Předchozí odstavec platí i v případě, že zadavatel při této veřejné zakázce malého rozsahu použije terminologii zákona, případně jeho část v přímé citaci. Pro toto výběrové řízení jsou však rozhodné pouze podmínky stanovené v této výzvě.
3. Právnícké a fyzické osoby oslovené k podání nabídky jsou, pro účely této veřejné zakázky, označovány jako „účastník“, Ústav zemědělské ekonomiky a informací vyhlášující zadání veřejné zakázky malého rozsahu je označen jako „zadavatel“ či „ÚZEI“.

II. Informace o druhu veřejné zakázky

Druh veřejné zakázky: veřejná zakázka na služby
Klasifikace předmětu veřejné zakázky (CPV): 79340000-9 Reklamní a marketingové služby
Předpokládaná hodnota veřejné zakázky: 1.600.000,- Kč bez DPH

III. Vymezení předmětu plnění veřejné zakázky

Předmětem plnění veřejné zakázky je navržení marketingové strategie propagace středních zemědělských škol na období let 2018-2021. Strategie má být primárně zaměřena na oblast marketingové komunikace (včetně akčního plánu její realizace). Plnění bude zahrnovat metodickou

část, analytickou část, vlastní návrh marketingové strategie a realizaci povinné části marketingové strategie.

Podrobná specifikace předmětu plnění je vymezena v příloze č. 1 této výzvy – Závazný návrh smlouvy včetně příloh.

IV. Místo a doba plnění veřejné zakázky

Termínem zahájení plnění veřejné zakázky je den následující po dni uzavření smlouvy na plnění veřejné zakázky s vybraným účastníkem, přičemž předpokládané datum uzavření smlouvy je bez zbytečného odkladu po ukončení tohoto výběrového řízení.

Předmět veřejné zakázky bude vykonáván na základě smlouvy uzavřené mezi zadavatelem a vybraným účastníkem na dobu určitou, a to do 30. 6. 2018.

Místem plnění veřejné zakázky je Česká republika.

V. Kvalifikace účastníka

Účastník ve své nabídce musí doložit minimálně níže uvedený rozsah požadavků:

Základní způsobilost:

- Účastník předloží čestné prohlášení o tom, že:
 - a) nebyl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením výběrového řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 k zákonu nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla účastníka; k zahlazeným odsouzením se nepřihlíží;
 - b) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek;
 - c) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění;
 - d) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti;
 - e) není v likvidaci, nebylo proti němu vydáno rozhodnutí o úpadku, nebyla vůči němu nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu nebo v obdobné situaci podle právního řádu země sídla účastníka.

Činí-li výše uvedené prohlášení za právnickou osobu, současně v čestném prohlášení prohlásí, že podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba a zároveň každý člen statutárního orgánu.

Je-li členem statutárního orgánu výše uvedené právnické osoby jiná právnická osoba, současně v čestném prohlášení prohlásí, že podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu účastníka.

Podává-li nabídku pobočka závodu v čestném prohlášení, prohlásí, že:

u zahraniční právnické osoby podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba a vedoucí pobočky závodu;

u české právnické osoby podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a vedoucí pobočky závodu.

Čestné prohlášení bude podepsané osobou oprávněnou účastníka zastupovat.

Bude-li čestné prohlášení podepsáno osobou, která k takovému jednání byla výše uvedenou oprávněnou osobou zmocněna, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její prostou kopii podepsanou osobou oprávněnou účastníka zastupovat.

Vzor čestného prohlášení je přílohou č. 2 této výzvy.

Profesní způsobilost:

- Účastník předloží
 - a) prostou kopii výpisu z obchodního rejstříku, ne starší 90 dnů, pokud je v něm účastník zapsán;
 - b) prostou kopii dokladu o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, zejména doklad prokazující živnostenské oprávnění či licenci k podnikání – předmět podnikání „Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách č. 1 až 3 živnostenského zákona, obor činnosti „Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení“

Technická kvalifikace:

- Účastník předloží:

a) seznam významných služeb, ve kterém budou uvedeny alespoň dvě významné služby realizované dodavatelem v posledních třech letech od konce lhůty pro podání nabídek. Zadavatel přitom požaduje, aby:

- jednou z výše uvedených služeb byla služba poskytnutá v oblasti školského marketingu (tj. služba zahrnující tvorbu a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení) ve finančním objemu minimálně 200 tis. Kč bez DPH, nebo v oblasti všeobecného marketingu ve finančním objemu minimálně 400 tis. Kč bez DPH;
- předmětem druhé významné služby pak byla realizace vzdělávací akce, **včetně tvorby studiíních materiálů**, ve finanční hodnotě minimálně 30 tis. Kč bez DPH.

Zadavatel pak za významnou službu považuje jak službu ve smyslu plnění na základě obchodněprávního vztahu mezi objednatelem a dodavatelem, tak i plnění, které účastník realizoval při plnění grantu či jiného dotačního titulu.

Seznam významných služeb bude účastníkem předložen ve formě čestného prohlášení v souladu s **přílohou č. 3 této Výzvy k podání nabídky - Údaje pro účely posouzení technické kvalifikace a hodnocení**, ze kterého budou ve vztahu k významným službám v něm uvedeným, vyplývat zadavatelem požadované údaje (viz výše).

b) seznam minimálně 3 osob (členů realizačního týmu), jež se budou podílet na plnění předmětu veřejné zakázky. U každé osoby bude uveden její titul, jméno a příjmení. Jeden člen bude v postavení projektového manažera, který bude odpovědný zejména za řádné plnění předmětu veřejné zakázky a za komunikaci se zadavatelem, a minimálně další 2 členové budou na pozici odborného člena.

Zadavatel požaduje, aby **přílohou** výše zmíněného seznamu **byly profesní životopisy** členů realizačního týmu.

Seznam členů realizačního týmu bude obsahovat dále uvedené osoby splňující níže popsané požadavky zadavatele a bude předložen ve formě čestného prohlášení v souladu s **přílohou č. 3 této Výzvy k podání nabídky - Údaje pro účely posouzení technické kvalifikace a hodnocení**.

1. Projektový manažer:

- prokazatelná zkušenost s projektovým vedením alespoň jedné zakázky z oblasti marketingu, realizované v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v libovolném oboru v hodnotě vyšší než 200.000,- Kč bez DPH;
- praxe v projektovém řízení v oboru marketingu alespoň 3 roky;
- prokazatelná zkušenost s prezentováním pro min. 20 posluchačů / jedna realizovaná prezentace či školicí nebo vzdělávací akce;

Tato osoba musí vést projekt po celou dobu, podílet se na realizaci plnění a musí průběžně prezentovat výsledky zadavateli.

2. Odborný člen týmu I.:

- prokazatelná zkušenost s tvorbou marketingové strategie, vytvořené v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v oblasti školského marketingu, tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení, v hodnotě vyšší než 25.000,- Kč bez DPH;
- praxe v oboru marketingu alespoň 3 roky (tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingových kampaní);
- prokazatelná zkušenost se vzděláváním osob ve škole či školském zařízení v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek;

3. Odborný člen týmu II.:

- prokazatelná zkušenost s pedagogickou nebo odbornou prací s žáky středních zemědělských škol nebo studenty vysokých zemědělských škol po dobu alespoň 2 let v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek.

Požadavky zadavatele **na odborné členy týmu 2. a 3.** výše je možné kumulovat i v jedné osobě. V takovém případě postačí, pokud má účastník k dispozici minimálně 2 členy realizačního týmu (tj. projektového manažera a jednoho odborného člena týmu).

Případné změny ve složení realizačního týmu v průběhu plnění veřejné zakázky budou možné jen na základě souhlasu zadavatele (viz Návrh smlouvy).

Čestné prohlášení bude podepsané osobou oprávněnou účastníka zastupovat. Bude-li čestné prohlášení podepsáno osobou, která k takovému jednání byla výše uvedenu oprávněnou osobou zmocněna, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její prostou kopii podepsanou osobou oprávněnou účastníka zastupovat.

VI. Obchodní podmínky

Obchodní podmínky jsou upraveny v Závazném návrhu smlouvy vč. příloh, který tvoří přílohu č. 1 této výzvy k podání nabídky (dále také jen „návrh smlouvy“).

Účastník je oprávněn doplnit do návrhu smlouvy pouze údaje, které jsou označeny a současně jsou nedoplněné, či údaje na místech, ze kterých to z logiky věci vyplývá a jejich vyplnění účastníkem se předpokládá.

Účastník ve své nabídce předloží ucelený návrh smlouvy. Návrh smlouvy musí být podepsán osobou oprávněnou účastníka zastupovat. Jestliže návrh smlouvy podepíše osoba, která k takovému jednání byla výše uvedenou oprávněnou osobou zmocněna, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její prostou kopii podepsanou osobou oprávněnou účastníka zastupovat. Předložení nepodepsaného návrhu smlouvy, popřípadě nepředložení zmocnění dle předchozí věty, není předložením řádného návrhu požadované smlouvy a nabídka účastníka je v takovém případě

neúplná.

Návrh smlouvy nesmí vyloučit či žádným způsobem omezovat oprávnění či požadavky zadavatele, uvedené v zadávacích podmínkách veřejné zakázky.

VII. Požadavky na jednotný způsob zpracování ceny

Účastník uvede nabídkovou cenu do závazného návrhu smlouvy, a to ve formě a variantě příslušnosti k DPH, která je v tomto návrhu stanovena.

Nabídková cena bude stanovena jako cena nejvýše přípustná a bude obsahovat veškeré náklady spojené s realizací předmětu plnění veřejné zakázky. Zadavatel nepřipouští překročení nabídkové ceny, a to ani v případě, že v průběhu realizace předmětu veřejné zakázky dojde ke změnám sazeb DPH. Zadavatel neposkytuje zálohy.

Zadavatel upozorňuje, že předpokládaná hodnota této veřejné zakázky je současně nepřekročitelnou nabídkovou cenou.

VIII. Platební podmínky

Platební podmínky jsou uvedeny v příloze č. 1 této výzvy k podání nabídky.

IX. Hodnotící kritéria, jejich váhy a způsob hodnocení nabídek

Nabídky budou hodnoceny dle hodnotícího kritéria **ekonomická výhodnost nabídek**.

Toto kritérium bude složeno z dílčích kritérií: **Celková nabídková cena v Kč včetně DPH, Kvalifikace a zkušenost osob zapojených do realizace veřejné zakázky a Předchozí zkušenosti účastníka s poskytováním obdobných služeb.**

Zadavatel stanovil následující hodnotící kritéria s příslušnou procentní váhou podle stupně významu s tím, že celkový součet činí 100.

Hodnotící kritérium	Váha v %
A. Celková nabídková cena v Kč včetně DPH	50 %
B. Kvalifikace a zkušenost osob zapojených do realizace veřejné zakázky	25 %
C. Předchozí zkušenosti účastníka s poskytováním obdobných služeb	25 %
Celkem	100 %

A. Dílčí hodnotící kritérium Celková nabídková cena v Kč včetně DPH:

Účastníkovi s nejnižší celkovou nabídkovou cenou za předmět plnění bude přiděleno 100 bodů. Každému dalšímu účastníkovi bude přidělen počet bodů matematicky zaokrouhlený na dvě desetinná místa dle poměru jeho nabídky k nejnižší nabídce, vypočten dle následujícího vzorce:

$$(\text{nejnižší nabídková cena} / \text{nabídková cena hodnoceného účastníka}) \times 100$$

100 je maximální počet bodů, které lze za dané kritérium obdržet.

Dále bude přidělená bodová hodnota u všech účastníků přepočtena váhou daného kritéria tj. 50 % a výsledné číslo matematicky zaokrouhleno na dvě desetinná místa.

B. Dílčí hodnoticí kritérium Kvalifikace a zkušenost osob zapojených do realizace veřejné zakázky:

V rámci dílčího hodnoticího kritéria „Kvalifikace a zkušenost osob zapojených do realizace veřejné zakázky“, tj. členů účastníkem předloženého realizačního týmu, budou hodnoceny následující údaje, a to níže popsanou bodovou metodou:

Člen týmu	Bodovaná kritéria	Počet bodů za každou započítanou zkušenost	Maximální bodové ohodnocení, bez ohledu na množství uvedených zkušeností
Projektový manažer	Prokazatelná zkušenost s projektovým vedením zakázky z oblasti marketingu, realizované v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v libovolném oboru v hodnotě od 200.000,- Kč do 700.000,- Kč (včetně) bez DPH	1 bod za každou další referenční zakázku <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	6 bodů
	Prokazatelná zkušenost s projektovým vedením zakázky z oblasti marketingu, realizované v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v libovolném oboru v hodnotě vyšší nežli 700.000,- Kč bez DPH	2 body za každou další referenční zakázku <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	
	Délka praxe v projektovém řízení v oboru marketingu	1 bod za každý rok praxe navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	4 body
Odborný člen týmu I.	Prokazatelná zkušenost s tvorbou marketingové strategie, vytvořené v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v oblasti školského marketingu (tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení) v hodnotě od 25.000,- Kč do 200.000,- Kč (včetně) bez DPH	1 bod za každou referenční zkušenost navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	6 bodů
	Prokazatelná zkušenost s tvorbou marketingové	2 body za každou referenční zkušenost	

	strategie, vytvořené v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v oblasti školského marketingu (tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení) v hodnotě vyšší nežli 200.000,- Kč bez DPH	navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	
	Délka praxe v oboru marketingu (tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingových kampaní)	1 bod za každý rok praxe navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	3 body
Odborný člen týmu II.	Prokazatelná zkušenost s pedagogickou nebo odbornou prací s žáky středních zemědělských škol nebo studenty vysokých zemědělských škol v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek	1 bod za každý rok praxe navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	3 body

Dále bude přidělená bodová hodnota u všech účastníků sečtena, přepočtena váhou daného kritéria tj. 25 % a výsledné číslo matematicky zaokrouhлено na dvě desetinná místa.

Výše uvedené údaje účastník vyplní do přílohy č. 3 této Výzvy k podání nabídky - Údaje pro účely posouzení technické kvalifikace a hodnocení. Výše uvedená příloha č. 3 bude podepsána osobou oprávněnou účastníka zastupovat. Bude-li výše uvedená příloha podepsána osobou, která k takovému jednání byla výše uvedenou oprávněnou osobou zmocněna, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její prostou kopii podepsanou osobou oprávněnou účastníka zastupovat.

C. Dílčí hodnotící kritérium Předchozí zkušenosti účastníka s poskytováním obdobných služeb:

V rámci dílčího hodnotícího kritéria „Předchozí zkušenosti účastníka s poskytováním obdobných služeb¹“, budou hodnoceny následující údaje, a to níže popsanou bodovou metodou:

¹ Obdobnou službou se přitom rozumí služba realizovaná účastníkem v oblasti školského marketingu, tj. služba, která zahrnovala tvorbu a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení.

Služba	Bodovaná kritéria	Počet bodů za každou započítanou zkušenost	Maximální bodové ohodnocení
Obdobná služba ²	Služba realizovaná v předcházejících třech letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek v oblasti školského marketingu ve finančním objemu od 1,- Kč do 50.000,- Kč (včetně) bez DPH	0,5 bodu za každou službu navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	8 bodů
	Služba realizovaná v předcházejících třech letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek v oblasti školského marketingu, ve finančním objemu vyšším nežli 50.000,- Kč do 200.000,- Kč (včetně) bez DPH	1 bod za každou službu navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	
	Služba realizovaná v předcházejících třech letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek v oblasti školského marketingu ve finančním objemu vyšším nežli 200.000,- Kč bez DPH	2 body za každou službu navíc <u>nad rámec stanoveného minima pro odpovídající kvalifikační kritérium</u>	

Dále bude přidělená bodová hodnota u všech účastníků sečtena, přepočtena váhou daného kritéria tj. 25 % a výsledné číslo matematicky zaokrouhleno na dvě desetinná místa.

Výše uvedené údaje účastník vyplní do přílohy č. 3 této Výzvy k podání nabídky - Údaje pro účely posouzení technické kvalifikace a hodnocení". Výše uvedená příloha č. 3 bude podepsána osobou oprávněnou účastníka zastupovat. Bude-li výše uvedená příloha podepsána osobou, která k takovému jednání byla výše uvedenou oprávněnou osobou zmocněna, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její prostou kopii podepsanou osobou oprávněnou účastníka zastupovat.

Celkové hodnocení

Body získané v jednotlivých dílčích kritériích hodnocení, přepočtené váhou příslušného dílčího kritéria hodnocení, budou v rámci jedné nabídky sečteny a výsledné číslo matematicky zaokrouhleno na dvě desetinná místa. Na základě součtu přepočtených bodů bude sestaveno pořadí nabídek s tím, že jako nejvhodnější nabídkou se stane nabídka, která dosáhne v celkovém součtu nejvyššího počtu bodů.

X. Lhůta a místo pro podání nabídek

Nabídka v českém či slovenském jazyce musí být doručena osobně do sekretariátu ředitele ÚZEI (v PO-ČT od 9:00 do 15:00 hod., PÁ od 9:00 do 13:00 hod.) nebo prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu:

² Zadavatel pak za obdobnou službu považuje jak službu ve smyslu plnění na základě obchodněprávního vztahu mezi objednatelem a dodavatelem, tak i plnění, které účastník realizoval při plnění grantu či jiného dotačního titulu.

Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2.

Lhůta pro podání nabídek končí dne**25-08-2017**..., v **10:00 hod.** Otevírání je neveřejné.

Za okamžik podání/doručení nabídky při osobním podání se považuje její fyzické převzetí pracovníkem kanceláře ředitele zadavatele na výše uvedené adrese. Nabídky doručené zadavateli po uplynutí stanovené lhůty nebudou otevřeny a hodnoceny.

Nabídky budou doručeny v zapečetěné obálce, kterou účastník označí nápisem:

„Veřejná zakázka – Zpracování marketingové strategie jednotné propagace středních zemědělských škol II. – NEOTVÍRAT“

Nabídka se podává v počtu 1 ks originálu, 1 ks kopie v listinné podobě a 1 ks elektronického datového nosiče (scan podepsané nabídky ve formátu pdf).

Zadavatel podané nabídky ani jejich části účastníkům po uplynutí lhůty pro podání nabídek nevrací.

XI. Zadávací lhůta

Lhůta, kterou jsou účastníci nabídkami vázáni, činí 90 kalendářních dnů ode dne následujícího po skončení lhůty pro podání nabídek.

Pokud bude nabídka účastníka vybrána, je účastník povinen vstoupit do kontaktu se zadavatelem nejpozději do deseti (10) kalendářních dnů ode dne, kdy mu bylo doručeno Rozhodnutí zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky.

XII. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám

Účastník je oprávněn požadovat dodatečné informace k jakékoliv části zadávací dokumentace (tj. včetně jejích příloh).

Zadavatel požaduje, aby účastník doručil zadavateli žádost o dodatečné informace ve lhůtě **nejméně 3 pracovních dní** před posledním dnem lhůty pro podání nabídky.

Zadavatel dále stanoví, že žádosti o dodatečné informace musí být zasílány listinnou formou na adresu sídla zadavatele, nebo elektronickou formou na e-mailovou adresu:

verejne.zakazky@uzei.cz.

XIII. Požadavky a podmínky pro zpracování nabídky

Každý účastník je oprávněn předložit zadavateli pouze jednu písemnou nabídku v listinné podobě. Pokud účastník poruší tuto podmínku, nebude žádná z jeho nabídek hodnocena.

Součástí nabídky bude Krycí list nabídky.

Účastník je ve své nabídce povinen specifikovat případné poddodavatele. Pokud se účastník rozhodne využít poddodavatele, musí specifikovat tu část veřejné zakázky, kterou má v úmyslu zajistit tímto způsobem.

Případná změna poddodavatelů po podání nabídky podléhá schválení zadavatele.

Nabídka musí být podána v českém či slovenském jazyce.

Všechny listy nabídky musí být číslovány nepřerušovanou vzestupnou řadou čísel.

Nabídka musí obsahovat:

- 1) Krycí list nabídky
- 2) Datový nosič s elektronickým obrazem nabídky
- 3) Čestné prohlášení o splnění základní způsobilosti

- 4) Doklady k prokázání profesní způsobilosti
- 5) Údaje pro účely posouzení technické kvalifikace a hodnocení ve formě čestného prohlášení
- 6) Profesní životopisy členů realizačního týmu
- 7) Účastníkem doplněný závazný návrh smlouvy včetně všech příloh³ dle přílohy č. 1 této výzvy, který bude podepsán osobou oprávněnou jednat za účastníka. Bude-li návrh smlouvy podepsán zmocněnou osobou, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její kopii podepsanou osobou oprávněnou jednat za účastníka.
- 8) Na závěr nabídky **musí být** přiloženo osobou oprávněnou za účastníka ve věci této veřejné zakázky jednat **datované a podepsané Prohlášení účastníka o pravdivosti a úplnosti nabídky**, a to v následujícím znění: „**Prohlašuji, že veškeré výše uvedené informace v této nabídce jsou úplné a pravdivé.**“ Bude-li prohlášení podepsáno zmocněnou osobou, je účastník povinen doložit do nabídky plnou moc či její kopii podepsanou osobou oprávněnou jednat za účastníka.

Zadavatel nepřipouští variantní řešení.

Kontaktní osobou zadavatele pro záležitosti týkající se tohoto výběrového řízení je:

Mgr. Vojtěch Karpíšek

tel.: 725 108 160, e-mail karpisek.vojtech@uzei.cz

XIV. Práva zadavatele

Zadavatel si vyhrazuje právo:

- vyřadit při nesplnění podmínek tohoto výběrového řízení, uvedených v této výzvě, danou nabídku účastníka z další účasti ve výběrovém řízení;
- změnit podmínky veřejné zakázky;
- zrušit výběrové řízení bez udání důvodu;
- neuzavřít smlouvu;
- pokud zadavatel výše uvedená práva uplatní, nevzniká účastníkům vůči zadavateli jakýkoliv nárok;
- jednat o konečné podobě smlouvy uzavřené s vybraným účastníkem v rozsahu nepodstatné změny smlouvy (viz ust. § 222 odst. 1 a násl. zákona);
- v případě rovnosti hodnocení více nabídek rozhodne zadavatel mezi těmito nabídkami losem;
- případné zrušení výběrového řízení na veřejnou zakázku oznámí zadavatel všem vyzvaným účastníkům.

³ Výjimkou je příloha č. 3 smlouvy (tj. tato zadávací dokumentace veřejné zakázky), která bude přiložena až ke smlouvě s vítězným účastníkem/dodavatelem.

XV. Seznam příloh

1. Závazný návrh smlouvy vč. příloh *příloha č. 3 nelze přiložit, došlo by k poskytnutí příloh*
2. Čestné prohlášení účastníka k prokázání základní způsobilosti
3. Údaje pro účely posouzení technické kvalifikace a hodnocení
3. Krycí list nabídky

V Praze dne: *16.8.2017*



zadavatel

Ústav zemědělské ekonomiky a informací
Ing. Štěpán Kala, MBA, Ph.D.
ředitel ÚZEI

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ K PROKÁZÁNÍ ZÁKLADNÍ ZPŮSOBILOSTI

Název / obchodní firma	
Sídlo / místo podnikání	
IČO	
DIČ	

jako účastník výběrového řízení o veřejnou zakázku malého rozsahu s názvem „**Zpracování marketingové strategie jednotné propagace středních zemědělských škol II.**“, jejímž zadavatelem je Ústav zemědělské ekonomiky a informací, se sídlem Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2,

tímto čestně prohlašuje, že

- a) nebyl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením výběrového řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 k zákonu č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek ve znění pozdějších předpisů nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla účastníka; k zahlazeným odsouzením se nepřihlíží;
- b) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek;
- c) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění;
- d) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti;
- e) není v likvidaci, nebylo proti němu vydáno rozhodnutí o úpadku, nebyla vůči němu nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu nebo v obdobné situaci podle právního řádu země sídla účastníka;

Činím-li výše uvedené prohlášení za právnickou osobu, současně tímto prohlašuji, že podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba a zároveň
- každý člen statutárního orgánu.

Je-li členem statutárního orgánu výše uvedené právnické osoby jiná právnická osoba, prohlašuji tímto, že podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba
- každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a
- osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu účastníka.

Podává-li nabídku pobočka závodu, prohlašuji tímto:

u zahraniční právnické osoby, že podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba a vedoucí pobočky závodu

u české právnické osoby, že podmínku podle písm. a) splňuje:

- tato právnická osoba
- každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a
- vedoucí pobočky závodu

jméno, příjmení a podpis osoby oprávněné jednat za účastníka

V dne

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ ÚČASTNÍKA KE SPLNĚNÍ TECHNICKÝCH KVALIFIKAČNÍCH PŘEDOKLADŮ A DÍLČÍM HODNOTÍCÍM KRITÉRIÍM

Název / obchodní firma:

Sídlo / místo podnikání

IČO:

jako účastník výběrového řízení o veřejnou zakázku malého rozsahu s názvem „Zpracování marketingové strategie jednotné propagace středních zemědělských škol II.“, jejímž zadavatelem je Ústav zemědělské ekonomiky a informací, se sídlem Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2, tímto čestně prohlašuji, že níže uvedené údaje vztahující se k technickým kvalifikačním předpokladům a dílčím hodnotícím kritériím "Kvalifikace a zkušenost osob zapojených do realizace veřejné zakázky" a "Předchozí zkušenosti účastníka s poskytováním obdobných služeb" jsou pravdivé.

Seznam významných služeb a Dílčí hodnotící kritérium "Předchozí zkušenosti účastníka s poskytováním obdobných služeb"

služba poskytnutá v předcházejících třech letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, a to v oblasti školského marketingu (tj. služba zahrnující tvorbu a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení), ve finančním objemu minimálně 200 tis. Kč bez DPH, nebo v oblasti všeobecného marketingu ve finančním objemu minimálně 400 tis. Kč bez DPH.

Název služby	Popis předmětu služby (ze kterého jasně plyne požadovaný druh a rozsah významné služby tak, jak je specifikován výše)	Identifikace objednatele (jméno a kontaktní údaje osoby pro účely potvrzení realizace služby)	Finanční objem poskytnuté služby v Kč bez DPH	Doba poskytnutí	školský marketing ANO/NE

realizace vzdělávací akce, v předcházejících třech letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, a to včetně tvorby studijních materiálů, ve finanční hodnotě minimálně 30 tis. Kč bez DPH.

Název služby	Popis předmětu služby (ze kterého jasně plyne požadovaný druh a rozsah významné služby tak, jak je specifikován výše)	Identifikace objednatele (jméno a kontaktní údaje osoby pro účely potvrzení realizace služby)	Finanční objem poskytnuté služby v Kč bez DPH	Doba poskytnutí

Seznam minimálně 3 osob (členů realizačního týmu) a Dílčí hodnotící kritérium "Kvalifikace a zkušenost osob zapojených do realizace veřejné zakázky"

Projektový manažer:	jméno a příjmení, titul

prokazatelná zkušenost s projektovým vedením alespoň jedné zakázky z oblasti marketingu, realizované v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v libovolném oboru v hodnotě vyšší než 200.000,- Kč bez DPH

Zakázka realizovaná v oblasti marketingu, kde osoba působila jako vedoucí týmu projektového managementu	Popis předmětu zakázky	Identifikace objednatele	Finanční objem zakázky v Kč bez DPH	Doba poskytnutí

praxe v projektovém řízení v oboru marketingu alespoň 3 roky

Délka praxe v projektovém řízení v oboru marketingu	
	let

prokazatelná zkušenost s prezentováním pro min. 20 posluchačů posluchačů / jedna realizovaná prezentace či školící nebo vzdělávací akce;

popis služby/plnění/činnosti, která svým obsahem odpovídá stanoveným požadavkům	počet posluchačů

Odborný člen týmu I.	jméno a příjmení, titul

prokazatelná zkušenost s tvorbou marketingové strategie, vytvořené v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek, v oblasti školského marketingu, tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingové kampaně pro školu či školské zařízení, v hodnotě vyšší než 25.000,- Kč bez DPH

Název služby	Popis předmětu služby (ze kterého jasně plyne požadovaný druh a rozsah významné služby tak, jak je specifikován výše)	Identifikace objednatele (jméno a kontaktní údaje osoby pro účely potvrzení realizace služby)	Finanční objem poskytnuté služby v Kč bez DPH	Doba poskytnutí

praxe v oboru marketingu alespoň 3 roky (tj. aktivní účast na tvorbě a realizaci marketingových kampaní)

Délka praxe v oboru marketingu	
---------------------------------------	--

_____ let

prokazatelná zkušenost se vzděláváním osob ve škole či školském zařízení v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek

popis služby/plnění/činnosti, která svým obsahem odpovídá stanoveným požadavkům

Odborný člen týmu II.	jméno a příjmení, titul

prokazatelná zkušenost s pedagogickou nebo odbornou prací s žáky středních zemědělských škol nebo studenty vysokých zemědělských škol po dobu alespoň 2 let v předcházejících pěti letech před uplynutím lhůty pro podání nabídek

popis služby/plnění/činnosti, která svým obsahem odpovídá stanoveným požadavkům	počet let

V dne

.....
Jméno, Příjmení, titul

**ÚZEI**ÚSTAV ZEMĚDĚLSKÉ EKONOMIKY
A INFORMACÍ

KRYCÍ LIST NABÍDKY		
VEŘEJNÁ ZAKÁZKA		
Zpracování marketingové strategie jednotné propagace středních zemědělských škol II.		
27/2017-1010		
Základní identifikační údaje		
Zadavatel		
Název	Ústav zemědělské ekonomiky a informací	
Sídlo	Mánesova 1453/75, 120 00 Praha 2	
IČO	00027251	
Osoba oprávněná jednat za zadavatele	Ing. Štěpán Kala, MBA, Ph.D., ředitel	
Účastník		
Jméno a příjmení / název / obchodní firma		
Sídlo / místo podnikání nebo trvalého pobytu		
Právní forma		
Tel. / Fax		
E-mail		
IČO / DIČ		
Osoba oprávněná jednat za účastníka		
Kontaktní osoba její telefon a e-mail		
Celková nabídková cena v Kč		
Cena bez DPH	DPH 21 %	Cena včetně DPH

Nabídková cena včetně DPH k podání nabídky této veřejné zakázky je platná po celou dobu plnění předmětu veřejné zakázky. Nabídková cena obsahuje veškeré náklady na splnění předmětu veřejné zakázky za celou dobu plnění. Nabídková cena včetně DPH nebude následně měněna, a to ani v závislosti na vývoji inflace v České republice nebo změny sazby DPH.

V _____ dne

Osoba oprávněná jednat za účastníka

titul jméno příjmení

funkce

podpis_____
razítko