



evropský
sociální
fond v ČR



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Dodatečné informace č. 2
k zadávacím podmínkám veřejné zakázky č. 8948 s názvem
„Zajištění realizace vzdělávacích aktivit projektu“
(poskytnuté dle § 49 odst. 2 a 3 zákona č. 137/2006, o veřejných zakázkách, ve znění
pozdějších předpisů)

Na základě doručených dotazů uchazečů Vám zadavatel sděluje následující dodatečné informace č. 2 k veřejné zakázce č. 8948 s názvem „Zajištění realizace vzdělávacích aktivit projektu“ pro zadavatele MEDIA MARKETING SERVICES a.s., se sídlem Praha 2, Koperníkova 6, č. p. 794, PSČ 120 00, IČO: 27604942.

Přesná citace dotazu uchazeče č. 1:

Vzhledem k tomu, že se nám některé kurzy zdají být velmi podobné a neradi bychom se v nabídce opakovali, prosíme Vás o specifikaci obsahu u jednotlivých kurzů. Především potřebujeme vědět, co si představit pod následujícími kurzy (respektive vědět, jaké jsou jejich rozdíly):

Rádio jako mediální prostředek
Mediální ukazatele
Marketing v návaznosti na rozhlasový trh
Radioprojekt
Co je rádio?

Odpověď č. 1:

Zadavatel upřesňuje bližší specifikaci požadovaných kurzů takto:

1) Rádio jako mediální prostředek

Obsah kurzu by měl být zaměřen především na následující problematiku: Rádio jako médium pro komerční vysílání, Kariéra a pracovní návyky, Předprodejní, prodejní a poprodejní servis, Rozdělení rozhlasového trhu, Cílená sdělení, apod.

2) Mediální ukazatele

Obsah kurzu by měl být zaměřen především na následující problematiku: Mediální a reklamní trh, Mediální ukazatele, Využití mediálních ukazatelů v obchodní praxi, apod.

3) Marketing v návaznosti na rozhlasový trh

Obsah kurzu by měl být zaměřen především na následující problematiku: Marketingově řízení firma v rozhlasovém prostředí, Marketingové nástroje a techniky, Trhy B2C, B2B, B2A, SWOT analýza, Marketingový mix aplikovaný na rozhlasové vysílání, apod.

4) Radioprojekt

Obsah kurzu by měl být zaměřen především na následující problematiku: Co je to Radioprojekt?, Vliv Radioprojektu na prodej rozhlasové reklamy, Jak porozumět výstupům z Radioprojektu, apod.

5) Co je rádio?

Obsah kurzu by měl být zaměřen především na následující problematiku: Jak se tvoří rádio?, Rozdělení rozhlasové stanice, Co je formátová hodina, Kdo rádio poslouchá, Programové prvky k prodeji, Reklamní bloky, Internetová rádia, apod.

Přesná citace dotazu uchazeče č. 2:

Rádi bychom vznesli dotaz, jak je myšlená akreditace pro HR manažery (KA05/ Odborné proškolení v oblasti „HR Manažer“)? Minimální hodinová akreditovaná dotace kurzu Personalista (rekvalifikace vedoucí k profesní kvalifikaci) činí **120 vyučovacích hodin**.

Odpověď č. 2:

Zadavatel požaduje pouze realizaci 5 dvoudenních kurzů/školení (viz. zadávací dokumentace) bez povinnosti složení kvalifikačních zkoušek kurzu Personalista, které jsou podmínkou pro úspěšné absolvování akreditovaného kurzu. Pro potřeby tohoto programu stačí pouze běžná závěrečná zkouška-ověření znalostí.

Sdělení – změna lhůty pro podání nabídek:

Zadavatel prodlužuje lhůtu pro podání nabídek uvedenou v čl. 14 zadávací dokumentace a ve výzvě pro podání nabídek z 28.8.2013 do 14:00 na 28.8.2013 do 16:00. Nabídky je tedy třeba doručit nejpozději do 28.8.2013 do 16:00.

Ostatní podmínky zadávací dokumentace se nijak nemění.

V Praze dne 21.8.2013



MEDIA MARKETING SERVICES a.s.
Daniel Sedláček, předseda představenstva