

Zmluva o dielo

uzavretá v zmysle ustanovenia § 536 a nasl. zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník
v znení neskorších predpisov (ďalej len „**ObZ**“) a ustanovení Autorského zákona č. 185/2015 Z. z.
v znení neskorších predpisov (ďalej len „**Autorský zákon**“)

(ďalej len „**Zmluva**“)

Alternatívne sociálne siete v kocke

Článok I. Zmluvné strany

1. Objednávateľ:

Názov:	Slovak Business Agency
Sídlo:	Miletičova 23, 821 09 Bratislava - Ružinov, Slovenská republika
Korešpondenčná adresa:	Karadžičova 2, 811 09 Bratislava, Slovenská republika
IČO:	30 845 301
DIČ:	2020869279
IBAN:	SK8102000000001693241062
BIC (SWIFT):	SUBASKBX
Registrácia:	Register záujmových združení právnických osôb vedený Okresným úradom Bratislava, reg. číslo: OVVS/467/1997-Ta
Štatutárny orgán:	Mgr. Martin Holák, PhD., generálny riaditeľ
Kontaktná osoba:	Mgr. Ivica Ďuricová, manažér pre digitálne podnikanie
E-mail:	duricova@sbagency.sk

(ďalej len „**Objednávateľ**“)

2. Zhotoviteľ:

Obchodné meno:	corteon s.r.o.
Sídlo:	P. Pázmaňa 915/9, 927 01 Šaľa
IČO:	46 945 253
DIČ:	2023685202
IČ DPH:	SK2023685202
IBAN:	SK47 7500 0000 0040 1739 7081
BIC (SWIFT):	CEKOSKBX
Registrácia:	Obchodný register Okresného súdu Trnava, oddiel: Sro, vložka číslo: 30894/T
Štatutárny orgán:	Bc. Tomáš Körösi, konateľ
Kontaktná osoba:	Bc. Tomáš Körösi
E-mail:	tomas@corteon.com

(ďalej len „**Zhotoviteľ**“)

(ďalej Objednávateľ a Zhotoviteľ spolu ako „**Zmluvné strany**“ alebo jednotlivo ako „**Zmluvná strana**“)

Článok II. Predmet Zmluvy

1. Zhotoviteľ je úspešný uchádzač, ktorý ponúkol najnižšiu cenu v rámci uskutočneného verejného obstarávania na základe Výzvy na predloženie ponuky - Zákazka s nízkou hodnotou podľa ustanovenia § 117 zákona č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „**Zákon**“), „**Alternatívne sociálne siete v kocke**“, zo dňa **06. 10. 2017** (ďalej len „**Výzva**“) a zároveň splnil aj ostatné podmienky Výzvy.
2. Predmetom tejto Zmluvy je záväzok Zhotoviteľa riadne a včas vykonať a dodať dielo, ktoré je špecifikované v tejto Zmluve a záväzok Objednávateľa zaplatiť Zhotoviteľovi za riadne a včas vykonané dielo dohodnutú cenu.
3. Zhotoviteľ vykoná a dodá dielo v zmysle predloženej Ponuky k verejnému obstarávaniu podľa bodu 1. tohto Článku Zmluvy (ďalej len „**Ponuka**“), podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve.
4. Zhotoviteľ vyhlasuje, že si je vedomý skutočnosti, že dielo, ktoré má byť vykonané na základe tejto Zmluvy, je financované z verejných prostriedkov, nakladanie s ktorými podlieha osobitným predpisom a pravidlám v zmysle platných právnych predpisov.

Článok III. Dielo

1. Dielom podľa tejto Zmluvy je vypracovanie komplexného sprievodcu alternatívnymi sociálnymi sieťami, ktorý obsiahne všetky detailne rozpracované témy formou samostatných kapitol (ďalej len „**Dielo**“). Bližšia špecifikácia Diela vrátane jeho formy, obsahu a štruktúry sa nachádza v prílohe č. 3 Výzvy, pričom zároveň tvorí prílohu č. 1 tejto Zmluvy – Špecifikácia Diela.

Článok IV. Odovzdanie a prevzatie Diela

1. Zhotoviteľ je povinný vykonať a dodať Objednávateľovi Dielo podľa Článku III. tejto Zmluvy riadne a včas, t. j. **najneskôr do 15. 02. 2018 s tým, že toto obdobie zahŕňa už aj pripomienkovanie Diela v zmysle bodu 3. tohto Článku Zmluvy**, v zmysle predloženej Ponuky, podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve.
2. Dielo podľa tejto Zmluvy, ktoré sa Zhotoviteľ zaväzuje pre Objednávateľa vykonať, bude vykonané a dodané v rozsahu uvedenom v prílohe č. 1 tejto Zmluvy. Zhotoviteľ dodá Objednávateľovi Dielo v elektronickej podobe na 3 (slovom: troch) USB kľúčoch v slovenskom jazyku.
3. Zmluvné strany sa dohodli, že Objednávateľ je oprávnený priebežne kontrolovať stav rozpracovanosti Diela. Na tento účel je Zhotoviteľ, na základe žiadosti Objednávateľa, povinný informovať Objednávateľa o stave rozpracovanosti Diela a poskytnúť mu vykonané Dielo a/alebo jeho časť v elektronickej podobe za účelom predkladania pripomienok a doplnení, resp. úprav.
4. V prípade, ak Objednávateľ na základe informácií Zhotoviteľa podľa bodu 3. tohto Článku Zmluvy zistí, že Dielo a/alebo jeho časť má vady, písomne na nich upozorní Zhotoviteľa,

ktorý je povinný písomne oznámené vady Diela a/alebo jeho časti odstrániť bezodkladne, najneskôr však do 3 (slovom: troch) kalendárnych dní odo dňa písomného oznámenia o vadách Diela.

5. Zhotoviteľ je povinný odovzdať riadne vykonané Dielo v zmysle Článku III. tejto Zmluvy Objednávateľovi, na korešpondenčnej adrese uvedenej v záhlaví Objednávateľa, a to v lehote a forme podľa ustanovení bodu 1. a 2. tohto Článku Zmluvy. Ak má Dielo všetky požadované vlastnosti, potvrdia Zhotoviteľ, ako aj Objednávateľ svojimi podpismi riadne vykonané a včasne dodané Dielo na základe osobitného preberacieho protokolu (ďalej len „**Preberací protokol**“). Podpisom Preberacieho protokolu sa považuje Dielo za kompletné, riadne vykonané a prevzaté. Objednávateľ je povinný prevziať len riadne vykonané a včas dodané Dielo.
6. Preberací protokol sa vyhotoví v 2 (slovom: dvoch) rovnopisoch, z ktorých po 1 (slovom: jednom) obdrží každá Zmluvná strana. Preberací protokol musí byť podpísaný oprávnenými zástupcami oboch Zmluvných strán, pričom bude obsahovať najmä nasledovné náležitosti:
 - a) základné údaje o Diele,
 - b) prehlásenie Zmluvných strán, že Zhotoviteľ Dielo odovzdáva a Objednávateľ Dielo preberá,
 - c) podpisy Zmluvných strán.
7. Vlastnícke právo k riadne vykonanému kompletnému Dielu prechádza zo Zhotoviteľa na Objednávateľa až po prevzatí Diela na základe Preberacieho protokolu v zmysle bodu 5. tohto Článku Zmluvy.
8. V prípade, ak Zhotoviteľ poruší povinnosť uvedenú v bode 1. až 5. tohto Článku Zmluvy, je Objednávateľ oprávnený požadovať od Zhotoviteľa zmluvnú pokutu vo výške 0,05 % (slovom: päť stotín percenta) z ceny Diela, a to za každý, aj začatý deň omeškania.
9. Objednávateľ je oprávnený popri zmluvnej pokute podľa bodu 8. tohto Článku Zmluvy požadovať aj náhradu škody spôsobenej porušením povinnosti, na ktorú sa vzťahuje zmluvná pokuta, pričom výška zmluvnej pokuty sa započítava na náhradu škody.
10. Zmluvná pokuta a/alebo náhrada škody podľa tohto Článku Zmluvy je splatná do 15 (slovom: pätnásť) kalendárnych dní odo dňa doručenia písomnej výzvy na jej zaplatenie.

Článok V.

Cena za Dielo a platobné podmienky

1. Zmluvné strany sa dohodli na celkovej cene za Dielo vo výške **4 800,- EUR (slovom: štyritisícosemsto eur), vrátane DPH**. Cena pozostáva zo sumy 4000,- EUR a DPH vo výške 800,- EUR.
2. Celková cena za Dielo je konečná a obsahuje všetky náklady Zhotoviteľa na vykonanie a dodanie Diela.
3. Objednávateľ sa zaväzuje uhradiť cenu za Dielo na základe faktúry vystavenej Zhotoviteľom. Zhotoviteľ je oprávnený vystaviť faktúru až po riadnom prevzatí Diela Objednávateľom v zmysle ustanovenia Článku IV. bod 5. tejto Zmluvy.

4. Splatnosť faktúry je **do 31. 03. 2018**, pričom v uvedenej lehote musí byť cena za Dielo pripísaná na účte Zhotoviteľa. Faktúra musí obsahovať všetky náležitosti, ktoré pre faktúru stanovujú platné právne predpisy, pričom jej neoddeliteľnou súčasťou bude Preberací protokol podľa ustanovenia Článku IV. bod 5. tejto Zmluvy a musí byť vystavená v súlade s touto Zmluvou.

Článok VI.

Práva a povinnosti Zmluvných strán

1. Zhotoviteľ je povinný Dielo vykonať vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť v zmysle predloženej Ponuky, podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve. V prípade pochybností s vykonaním Diela, je Zhotoviteľ povinný kontaktovať Objednávateľa a žiadať od neho nezáväzný pokyn.
2. Objednávateľ je povinný poskytnúť Zhotoviteľovi všetku súčinnosť potrebnú pri vykonaní Diela.
3. Zhotoviteľ zodpovedá za všetky právne a vecné vady Diela a/alebo jeho časti, ktoré sa objavujú po prevzatí Diela Objednávateľom.

Článok VII.

Odstúpenie od Zmluvy

1. Zhotoviteľ berie na vedomie skutočnosť, že Objednávateľ má záujem len na riadnom a úplnom plnení zo strany Zhotoviteľa, t. j. na riadnom a včasnom dodaní kompletného Diela vykonaného v zmysle predloženej Ponuky, podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve. Zhotoviteľ zároveň berie na vedomie skutočnosť, že Odovzdanie čiastkového a/alebo neúplného plnenia (časti Diela) zo strany Zhotoviteľa, nemá pre Objednávateľa hospodársky význam.
2. Objednávateľ je oprávnený bezodkladne odstúpiť od tejto Zmluvy, najmä ak:
 - a) Zhotoviteľ neodovzdá riadne vykonané kompletné Dielo **do 15. 02. 2018**,
 - b) Zhotoviteľ neodstráni písomne oznámené vady Diela podľa Článku IV. bod 4. tejto Zmluvy a/alebo
 - c) dôjde k naplneniu podmienok ustanovenia § 19 Zákona.
3. Porušenie Zmluvy podľa bodu 2. tohto Článku Zmluvy sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy v zmysle ustanovenia § 345 ObZ.
4. Odstúpenie od Zmluvy je účinné okamihom doručenia písomného odstúpenia Zhotoviteľovi.
5. V prípade odstúpenia od Zmluvy Zhotoviteľ nemá nárok na úhradu ceny za zhotovenie Diela podľa tejto Zmluvy, ani nárok na náhradu akýchkoľvek nákladov vynaložených na zhotovenie Diela. V prípade, ak došlo k čiastočnému plneniu podľa tejto Zmluvy, vrátia si Zmluvné strany všetko to, čo od seba navzájom získali podľa tejto Zmluvy, a to do 15 (slovom: pätnásť) kalendárnych dní od nadobudnutia účinkov odstúpenia od tejto Zmluvy.

Článok VIII. Osobitné ustanovenia o autorskom práve

1. Zhotoviteľ je budúcim vykonávateľom majetkových práv k Dielu v zmysle ustanovenia § 90 ods. 4 Autorského zákona.
2. Zhotoviteľ je povinný riadne vysporiadať všetky autorské práva s fyzickými osobami, ktoré budú autormi Diela (ďalej len „**Autori**“) tak, aby mohol platne postúpiť právo výkonu majetkových práv Autorov k Dielu/každému Dielu na Objednávateľa v zmysle ustanovenia § 90 ods. 5 Autorského zákona.
3. Zhotoviteľ postupuje právo výkonu majetkových práv Autorov k Dielu na Objednávateľa v zmysle ustanovenia § 90 ods. 5 Autorského zákona. Odmena za postúpenie majetkových práv k Dielu podľa predchádzajúcej vety je zahrnutá v cene za Dielo v zmysle Článku V. tejto Zmluvy.
4. V prípade, ak Zhotoviteľ poruší povinnosť uvedenú v bode 2. a v bode 3. tohto Článku Zmluvy, je Objednávateľ oprávnený požadovať od Zhotoviteľa zmluvnú pokutu vo výške 5 500,- EUR (slovom: päťtisícpäťsto eur).
5. Objednávateľ je oprávnený popri zmluvnej pokute podľa bodu 4. tohto Článku Zmluvy požadovať aj náhradu škody spôsobenej porušením povinnosti, na ktorú sa vzťahuje zmluvná pokuta, pričom výška zmluvnej pokuty sa započítava na náhradu škody.
6. Zmluvná pokuta a/alebo náhrada škody podľa tohto Článku Zmluvy je splatná do 15 (slovom: pätnásť) kalendárnych dní od doručenia písomnej výzvy na jej zaplatenie Zhotoviteľovi.
7. Zhotoviteľ je povinný splniť všetky ďalšie záväzky a povinnosti stanovené Autorským zákonom, ak sa na neho vzťahujú.

Článok IX. Doručovanie

1. V prípade, ak si majú Zmluvné strany niečo písomne doručiť (ďalej len „**Zásielka**“), budú Zásielku doručovať na adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy, alebo na inú adresu písomne oznámenú druhej Zmluvnej strane (ďalej len „**Korešpondenčná adresa**“). Zmluvné strany sa dohodli, že zásielky adresované Objednávateľovi budú Zhotoviteľom doručované na Korešpondenčnú adresu Objednávateľa uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy. Zmluvné strany sa zároveň dohodli, že ak Zmluva dovoľuje doručovať niektoré Zásielky aj elektronickou formou, budú Zmluvné strany Zásielku doručovať na e-mailovú adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy.
2. V prípade, ak sa Zásielku nepodari doručiť na adresu uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy alebo Korešpondenčnú adresu podľa bodu 1. tohto Článku Zmluvy, považuje sa Zásielka za doručení dňom jej vrátenia ako nedoručenej, a to aj v tom prípade, ak sa adresát o nedoručení Zásielky nedozvedel. V prípade doručovania Zásielky elektronickou formou podľa poslednej vety bodu 1. toho Článku Zmluvy, ak sa Zásielku nepodari doručiť na e-mailovú adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy, považuje sa Zásielka za doručení uplynutím 3. (slovom: tretieho) kalendárneho dňa odo dňa odoslania takejto Zásielky na e-mailovú adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy.

3. Zmluvné strany sú povinné bezodkladne si oznámiť zmenu adresy a/alebo e-mailovej adresy na doručovanie Zásielok.

Článok X. Záverečné ustanovenia

1. Vzťahy Zmluvných strán, ktoré Zmluva výslovne neupravuje, sa riadia príslušnými ustanoveniami ObZ, Autorského zákona a ostatných platných právnych predpisov Slovenskej republiky.
2. Akékoľvek spory vzniknuté z tejto Zmluvy budú prejednávané a rozhodované všeobecnými súdmi.
3. Akékoľvek zmeny Zmluvy je možné vykonať výlučne na základe písomnej dohody Zmluvných strán formou písomných dodatkov podpísaných oboma Zmluvnými stranami.
4. Táto Zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpisu oboma Zmluvnými stranami a účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej zverejnenia v Centrálnom registri zmlúv vedenom Úradom vlády Slovenskej republiky. Táto Zmluva je povinne zverejňovanou zmluvou v zmysle ustanovenia § 5a zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov.
5. Táto Zmluva sa uzatvára na dobu do splnenia práv a povinností Zmluvných strán vyplývajúcich z tejto Zmluvy, okrem ustanovení Článku VIII. bod 3. tejto Zmluvy, ktoré sa uzatvárajú na dobu trvania majetkových práv k Dielu.
6. Táto Zmluva je vyhotovená v 3 (slovom: troch) rovnopisoch v rozsahu 11 (slovom: jedenásť) strán, pričom 1 (slovom: jeden) rovnopis je určený pre Zhotoviteľa a 2 (slovom: dva) rovnopisy sú určené pre Objednávateľa.
7. Zmluvné strany vyhlasujú, že si túto Zmluvu prečítali, jej obsahu plne porozumeli, táto bola spísaná na základe ich slobodnej vôle, že jej text je zrozumiteľným vyjadrením ich slobodne a vážne prejavenej vôle, že Zmluvu neuzatvárajú v tiesni, ani za nápadne nevýhodných podmienok a na znak súhlasu pripájajú svoje podpisy.
8. Príloha č. 1 - „*Špecifikácia Diela*“

V Bratislave dňa:

V Bratislave dňa:

Objednávateľ:

Zhotoviteľ:

.....
Slovak Business Agency
Mgr. Martin Holák, PhD.
generálny riaditeľ

.....
corteon s.r.o.
Bc. Tomáš Körösi
konateľ

Príloha č. 1 – Špecifikácia Diela

Predmetom zákazky je vypracovanie komplexného sprievodcu alternatívnymi sociálnymi sieťami, ktorý obsahne všetky detailne rozpracované témy formou samostatných kapitol.

Typy obsahov

Ebook – komplexný sprievodca alternatívnymi sociálnymi sieťami, ktorý obsahne všetky ďalej detailne rozpracované témy formou samostatných kapitol.

Doba dodania

Dodávateľ, ktorý zákazku vysúťaží, musí byť schopný dodať vysúťažený obsah do 15.2.2018 vrátane pripomienkového konania zo strany SBA.

Technická špecifikácia ebooku

- štandardné PDF (uzamknuté) bez možnosti kopírovať text
- formát A4
- profesionálnym dizajnérom spracovaný výstup
- texty napísané / skorigované profesionálnym copywriterom
- texty v slovenskom jazyku
- rozostupy v riadkovaní – 1,5 až 2
- medzinadpisy min. do druhej (až tretej) úrovne (H1 / H2 / H3)
- počet znakov textu – špecifikovaný pri každej kapitole samostatne
- ilustrovaný ebook – vektorové ilustrácie súvisiace s obsahom, niektoré strany farebné (inverzný
- vizuál – farebný podklad a biele písmo)
- možnosť doplniť ebook vysvetľujúcimi screenshotmi tam, kde to bude potrebné – v prípade
- screenshotovania značiek tretích strán musí mať dodávateľ súhlas spoločnosti vlastniacej značku s jej
- použitím, alebo musí byť značka
- možnosť doplniť ebook ilustračnými fotografiami, dodávateľ k nim však musí mať autorské práva
- (fotografie z fotobáň s licenciou na komerčné použitie)
- sled obsahu bude nasledovný:
 - titulka
 - úvodník
 - obsah
 - jednotlivé kapitoly
 - reklamné strany SBA a dodávateľa (autorov)
 - užitočné linky
 - záverečná strana
- farebnosť – celý ebook by mal byť spracovaný vo farbách SBA (dodáme design manuál) + max. 3 ďalšie kontrastné farby

Obsah ebooku

Kapitola 1 – Čo všetko dokážu alternatívne sociálne siete?

Kapitola má poskytnúť úvod do témy sociálnych sietí, ktoré sú oproti gigantom ako Facebook či Twitter o čosi menej využívané a predstavujú alternatívne spôsoby, ako sa spropagovať na internete.

Kapitola musí obsahovať:

- **Prehľad sociálnych sietí** – „tabuľkové“ / infografikové spracovanie – aké všetky siete máme na trhu (vrátane gigantov), aké majú približné počty používateľov celosvetovo a na Slovensku, na čo sú primárne využívané a aká cieľovka sa na nich pohybuje (segmentovo a demograficky)
- **Alternatívne sociálne siete** – siete, ktoré začiatočníci v online marketingu až tak nepoznajú, resp. prvoplánovo nevyužívajú – ich základné predstavenie podľa týchto kritérií: krátka história vzniku, počet rokov fungovania, cieľovka (segmentovo a demograficky), typ obsahu, základné načrtnutie možnosti využívania v biznise – zamerať sa na tieto siete:
 - **LinkedIn**
 - **Instagram**
 - **YouTube**
 - **Snapchat**
 - **Pinterest**

Minimálny rozsah celej kapitoly: 3000 znakov

Kapitola 2 – LinkedIn

Kapitola má človeka naučiť, ako si nastaviť osobný a firemný profil a aké sú možnosti platenej reklamy na tejto sociálnej sieti. Zároveň mu má poskytnúť užitočné tipy a triky, ako zo siete pre seba vytážiť čo najviac.

Kapitola musí obsahovať:

- **Pre koho je LinkedIn** – popis siete s ohľadom na budúceho používateľa, pre akých jednotlivcov a pre aké firmy má význam byť na LinkedIne, na aký obsah je sieť zameraná a v akom prípade si cez túto sieť viem byť zvyšovať mieru konverzií alebo budovať povedomie o značke
- **Osobný profil vs. firemný profil** – aký je v nich rozdiel (z hľadiska ceny, vizibility, layoutu, prístupnosti z prostredia mimo siete, marketingových možností)
- **Osobný profil** – kde si ho založiť (link na setup), čo všetko treba vyplniť ak si chcem vytvoriť svoj osobný brand ako fyzická osoba a budovať si meno, tipy a triky pre úspešnú sebareprezentáciu
- **Firemný profil** – kde si ho založiť (link na setup), čo všetko treba vyplniť, ak chcem budovať firemný brand, tipy a triky pre úspešnú prezentáciu
- **Reklamné formáty** – neplatená forma prezentácie (aktualizácie) a platená forma – možné formáty reklamy (grafické aj textové), obmedzenia, rozmery, možnosti cielenia, budgety (najmä aké sú minimálne vklady), spôsob fakturácie / chargovania, povinnosť registrácie na DPH (len informačná povinnosť, nie pravidelné platcovstvo) podľa paragrafu 7a ešte pred prvou reklamou
- **Štatistiky a reporty** – akú analytiku umožňuje táto sociálna sieť a čo všetko sa z nej dá vypočítať

Minimálny rozsah celej kapitoly: 5000 znakov

Kapitola 3 – Instagram

Kapitola má človeka naučiť, ako si nastaviť osobný a firemný profil a aké sú možnosti platenej reklamy na tejto sociálnej sieti. Zároveň mu má poskytnúť užitočné tipy a triky, ako zo siete pre seba vytážiť čo najviac.

Kapitola musí obsahovať:

- **Pre koho je Instagram** – popis siete s ohľadom na budúceho používateľa, pre akých jednotlivcov a pre aké firmy má význam byť na Instagrame, na aký obsah je sieť zameraná a v akom prípade si cez túto sieť viem byť zvyšovať mieru konverzií alebo budovať povedomie o značke
- **Osobný profil vs. firemný profil** – aký je v nich rozdiel (z hľadiska ceny, vizibility, layoutu, prístupnosti z prostredia mimo siete, marketingových možností)

- **Osobný profil** – kde si ho založiť (link na setup), čo všetko treba vyplniť ak si chcem vytvoriť svoj osobný brand ako fyzická osoba a budovať si meno, tipy a triky pre úspešnú sebaaprezentáciu
- **Firemný profil** – kde si ho založiť (link na setup), čo všetko treba vyplniť, ak chcem budovať firemný brand, tipy a triky pre úspešnú prezentáciu
- **Prepojenie s Facebookom** – ako to funguje, prečo nepostovať rovnaký obsah automaticky na obe siete, prečo mať účty prepojené (kvôli mechanizmu boostovania)
- **Reklamné formáty** – neplatená forma prezentácie (pridávanie fotiek bez boostovania) a platená forma – možné formáty reklamy, obmedzenia, rozmery, možnosti cielenia, budgety (najmä aké sú minimálne vklady), spôsob fakturácie / charginia, povinnosť registrácie na DPH (len informačná povinnosť, nie pravidelné platcovstvo) podľa paragrafu 7a ešte pred prvou reklamou
- **Štatistiky a reporty** – akú analytiku umožňuje táto sociálna sieť a čo všetko sa z nej dá vyčítať

Minimálny rozsah celej kapitoly: 5000 znakov

Kapitola 4 – YouTube

Kapitola má za cieľ ukázať človeku YouTube z dvoch strán – ako priestor pre zadávanie video reklamy ako špecifického formátu a zároveň priestor pre zdieľanie vlastného obsahu a vytvorenie si content marketingovej platformy.

Kapitola musí obsahovať:

- **Pre koho je YouTube** – popis siete s ohľadom na budúceho používateľa, pre akých jednotlivcov a pre aké firmy má význam byť na YouTube, na aký obsah je sieť zameraná a v akom prípade si cez túto sieť viem byť zvyšovať mieru konverzií alebo budovať povedomie o značke, kedy musím mať kanál a kedy nie (ako funguje prípad, keď som len zadávateľ video reklamy)
- **YouTube ako priestor pre umiestnenie reklamy** – vysvetliť reklamné formáty, cielenie, časovanie, spôsob zadávania a všetko, čo potrebujem k tomu, keď chcem zobrazovať svoju reklamu pred videami na YouTube + v skratke okomentovať tieto body:
 - efektivity reklamy a konverzie
 - pre aké segmenty je reklama vhodná
 - tipy a triky, ako by malo video vyzerieť, aby ho ľudia nepreskakovali
 - daňové aspekty a fakturácia
- **YouTube ako content marketingový kanál** – chystám firemný projekt, cez ktorý viem svetu ponúknuť zaujímavý obsah, ktorý bude slúžiť zároveň ako moja marketingová zbraň – čo s tým – dať návod ako na to a poňať to najmä z týchto uhlov:
 - založenie YouTube kanála – link na založenie + zaistenie si custom URL + grafika (titulný)
 - obrázok, cover, thumbnail videí – rozmery), spojenie YouTube účtu s linkom na web
 - (verifikácia)
 - technické parametre videí – rozmer, kvalita, zvuk, titulky, tipy a triky ako točiť, aby videá dobre vyzerali, linky na prípadné online tutoriály
 - vlogovanie – princíp, typ obsahu, tvár firmy vhodná na vlogovanie, témy s pridanou hodnotou
 - ďalšie typy prezentačného obsahu vhodného na YouTube (virtuálne prehliadky, trailery,
 - teasery, relácie, webináre, atď.)
 - live vysielanie
 - šírenie obsahu a distribučné kanály
- **YouTube ako nástroj na seba prezentáciu a zárobok** - kariéra „jutubera“ z rôznych uhlov pohľadu, pre koho je takéto „povolanie“ vhodné, v akom prípade stavať obsah na osobe

YouTube, aké musí mať obsah vlastnosti, aby bol pozeraný, čo letí a na čom sa dá dokonca zarobiť, tému rozobrať na tieto menšie časti:

- úspešní svetoví a domáci YouTuberi z rôznych sfér (nielen teenage, ale aj hudobníci,
- moderátori, fitness inštruktori, atď., za všetkých s genézou vývoja určite spomenúť napr.
- Casey Neistata a Boyce Avenue), úspešnosť kanálov v počtoch odberateľov a zárobkoch za
- rok (ak je to známe)
- založenie YouTube kanála – link na založenie + zaistenie si custom URL + grafika (titulný
- obrázok, cover, thumbnail videí – rozmery), spojenie YouTube účtu s linkom na web
- (verifikácia)
- takisto technické parametre videí – rozmer, kvalita, zvuk, titulky, tipy a triky ako točiť, aby
- videá dobre vyzerali, linky na prípadné online tutoriály (v prípade duplicity odkázať na
- predošlú podkapitolu)
- druhy obsahu, ktoré sú divácky atraktívne, tipy a triky na to, ako zaujať publikum a vytvoriť
- si svoj jedinečný štýl a dobre šíriteľný obsah
- šírenie obsahu a distribučné kanály
- speňažovanie popularity na YouTube – ako to celé funguje, si nastaviť zmluvný vzťah s Googlom, aké daňovo-odvodové povinnosti sa ma v tomto prípade týkajú

Minimálny rozsah celej kapitoly: 10 000 znakov

Kapitola 5 – Snapchat

Kapitola má človeku vysvetliť základné fungovanie tejto sociálnej siete a ukázať mu možnosti, ktoré sieť ponúka pri budovaní značky.

Kapitola musí obsahovať:

- **Pre koho je Snapchat** – popis siete s ohľadom na budúceho používateľa, pre akých jednotlivcov a pre aké firmy má význam byť na Snapchate, na aký obsah je sieť zameraná a v akom prípade si cez túto sieť viem byť zvyšovať mieru konverzií alebo budovať povedomie o značke
- **Princíp fungovania** – ako vlastne funguje „miznutie“ obrázkov / videí a ako sa cez takýto druh
- formátu dá rozprávať „príbeh“ (osobný alebo značky)
- **Typ profilu** – aký typ profilu má Snapchat (či je podobne ako pri Instagrame možnosť rozlišovať firemné a osobné profily), kde si ho založiť (link na setup), tipy a triky pre úspešnú prezentáciu
- **Konkurencia** – Instagram Stories a FB My Day – odlišnosti, počty užívateľov, prečo Snapchat,
- čo sa hodí viac
- **Inšpirácia** – ako značky komunikujú cez Snapchat? Čo všetko sa dá a kde sa inšpirovať?
- **Marketingové možnosti** – čo ponúka Snapchat firmám a za aké ceny? Je táto sieť dostupná z marketingového hľadiska aj pre začínajúce projekty?

Minimálny rozsah celej kapitoly: 3000 znakov

Kapitola 6 – Pinterest

Kapitola má človeku vysvetliť základné fungovanie tejto sociálnej siete a priblížiť mu možnosti, ako tu prezentovať svoj projekt, najmä ak má vizuálne atraktívny obsah, atraktívne produktové portfólio alebo špecificky cieľ na ženy.

Kapitola musí obsahovať:

- **Pre koho je Pinterest** – popis siete s ohľadom na budúceho používateľa, pre akých jednotlivcov a pre aké firmy má význam byť na Pintereste, na aký obsah je sieť zameraná a v akom prípade si cez túto sieť viem byť zvyšovať mieru konverzií alebo budovať povedomie o značke
- **Princíp fungovania** – ako vlastne funguje „pinovanie“ fotiek (tlačidlo v browseri, aký obsah a odkiaľ), ako si tvorím nástenky, ako ma užívatelia sledujú a repinujú, prečo a ako funguje Pinterest aj na SEO
- **Typ profilu** – aké typy profilov má Pinterest (či je podobne ako pri Instagrame možnosť rozlišovať firemné a osobné profily), kde si ho založiť (link na setup), tipy a triky pre úspešnú prezentáciu
- **Inšpirácia** – ako značky komunikujú cez Pinterest? Čo všetko sa dá a kde sa inšpirovať?
- **Marketingové možnosti** – čo ponúka Pinterest firmám a za aké ceny? Je táto sieť dostupná z marketingového hľadiska aj pre začínajúce projekty? Ako funguje pridávanie linkov a cenoviek pri produktoch a aké konverzie cca očakávať?

Minimálny rozsah celej kapitoly: 3000 znakov

Kapitola 7 – Užitočné zdroje

Kapitola má zhrnúť užitočné domáce a zahraničné zdroje, kde sa človek môže ďalej vzdelávať v oblasti týchto konkrétnych sociálnych sietí, tvorbe videí a jednotlivých čiastkových tém. Kapitola musí obsahovať minimálne 10 relevantných zdrojov.