



V Praze 14. srpna 2019

Váš dopis ze dne 31. července 2019



**Odpověď Ministerstva zdravotnictví na žádost o informaci dle zákona č.106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů**

K Vámi podané žádosti o poskytnutí informace dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, doručené Ministerstvu zdravotnictví dne 31. července 2019, evidované pod [redacted], ve věci *webové kampaně „Studuj zdrávku“*:

- 1) *Zpracovával tuto webovou prezentaci zaměstnanec/zaměstnanci ministerstva, či externí firma?*
- 2) *Jaká byla výběrová kritéria na zpracovatele? Jaké měl zpracovatel zkušenosti s tvorbou podobné kampaně?*
- 3) *Jaká byla cena této webové prezentace a celé kampaně?*
- 4) *Proč byly v motivační kampani pro studium střední školy zvoleny vysokoškolské obory?*
- 5) *Prošla tato kampaň následnou korekcí ze strany odborníků – jak po formální stránce, tedy odborníky na český jazyk, tak po stránce obsahové, tedy odborníky ze zdravotnických oborů a odborníků na vzdělávání?*
- 6) *Jakým způsobem se na kampani podílí další organizace, jejichž loga se nachází v zápatí webu? UZS, MPSV, KZPS a Mladá Fronta? Jakým způsobem byly tyto organizace vybírány? Byly osloveny i nějaké další organizace? Byl osloven i případný jiný mediální partner, než Mladá Fronta?*





Vám sděluji následující:

*Ad dotaz č. 1)*

Webová prezentace nebyla zpracovávána externí firmou, ale vznikla ve spolupráci pracovníků Unie zaměstnaneckých svazů České republiky (dále jen „UZS ČR“) a Ministerstva zdravotnictví v rámci jejich pracovních úvazků. Na této webové prezentaci se nadále pracuje.

*Ad dotaz č. 2)*

Webová prezentace nebyla zpracovávána externí firmou, ale vznikla ve spolupráci pracovníků UZS ČR a Ministerstva zdravotnictví v rámci jejich pracovních úvazků. Na této webové prezentaci se nadále pracuje.

*Ad dotaz č. 3)*

Celá kampaň i webová prezentace byla vytvořena a i nadále je tvořena kmenovými zaměstnanci UZS ČR a Ministerstva zdravotnictví v rámci jejich běžných pracovních úvazků, kdy se tito zaměstnanci věnují i jiným činnostem a aktivitám, proto její celkovou částku nelze jednoduše kvantifikovat.

*Ad dotaz č. 4)*

V motivační kampani jsou prezentovány jak středoškolské obory, tak obory studované na vyšších odborných školách i vysokých školách. Cílem je přilákat mladé lidi ke studiu všech zdravotnických oborů.

*Ad dotaz č. 5)*

Kampaň byla konzultována s odborníky a vznikala s nimi ve spolupráci. Jak bylo již uvedeno, na této webové kampani se neustále pracuje.

*Ad dotaz č. 6)*

Kampaň je realizována v rámci, tzv. tripartitního fondu sociálních partnerů, tedy se zapojením Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů České republiky (dále jen „KZSP“), UZS ČR a pod dohledem MPSV. Kampaň je otevřená a zapojit se může kdokoli.

Pro kampaň „Studuj zdrávku“ nebyla Mladá fronta a. s. cíleně oslovována jako mediální partner. Kampaň nepřímo podporuje z důvodu dlouhodobé spolupráce s UZS ČR, která je hlavním partnerem a jedním z autorů kampaně.

S pozdravem

