**Приложение А.**

**Техническая спецификация на проведение информационной кампании в рамках проекта USAID «Успешный аймак 2»**

**Информация о проекте**

Опираясь на успехи, достигнутые в последние годы при помощи USAID, существует возможность закрепить достигнутые результаты и ускорить благоприятный цикл изменений в работе органов местного самоуправления (МСУ) повсеместно.

Для распространения и усиления результатов, USAID продолжил поддержку Кыргызской Республики через реализацию проекта USAID «Успешный аймак» 2 (далее – проект).

Исполнителем проекта является кыргызстанская организация – ОО «Институт политики развития», имеющая многолетний опыт в сфере развития и адресной помощи сообществам, включая органы МСУ.

Задачей проекта USAID «Успешный аймак 2» является улучшение качества жизни населения через повышение эффективности и подотчетности органов МСУ в предоставлении услуг.

Проект будет сотрудничать с муниципалитетами в четырех областях Кыргызстана.

В партнерстве с проектом USAID, муниципалитеты улучшат методы управления для более эффективного решения вопросов местного значения, таких как обеспечение питьевой водой, вывоз мусора, благоустройство, функционирование парков, спортивных площадок и мест отдыха.

Муниципалитеты улучшат финансовую устойчивость своих услуг путем введения обоснованных тарифов, увеличения доходов, партнерства с местными предпринимателями и использования информационных технологий.

Проект будет работать с органами МСУ над усилением их подотчетности, через активное вовлечение граждан в процесс оценки качества муниципальных услуг. В муниципалитетах повысится уровень участия граждан в формировании местных бюджетов.

В рамках проекта муниципалитеты смогут обмениваться опытом и лучшими практиками в ​​оказании услуг, участвуя в общереспубликанских и региональных мероприятиях. Органы МСУ будут работать вместе, чтобы находить и внедрять эффективные решения над общими проблемами на местах.

**Задание**

Проект USAID «Успешный аймак 2» привлечет местную медиа организацию (креативные и PR агентства, студии, консультанты с опытом проведения коммуникационных кампаний не менее 5 лет) для проведения информационной кампании, целью которой является обеспечение участия граждан в местном самоуправлении, информирование широкой общественности о местном самоуправлении, а также продвижение узнаваемости проекта USAID «Успешный аймак 2» в целевых муниципалитетах.

Согласно статье 111 Конституции КР, местное самоуправление – это гарантированное Конституцией право и реальная возможность местных сообществ самостоятельно решать вопросы местного значения в своих интересах и под свою ответственность.

На сегодняшний день, члены местных сообществ больше критикуют органы МСУ, плохо осознавая свою гражданскую ответственность за местное самоуправление и свою роль в осуществлении местного управления для улучшения уровня и качества жизни на местах.

Поэтому образовательная и информационная кампания должна помочь гражданам, членам местных сообществ, узнать и понять, что такое местное самоуправление, их роль в местном самоуправлении, и необходимость в активном участии в процессах принятия решения на уровне органов МСУ через осознанное участие в выборах, в общественных слушаниях и мониторинге, а также в оценке деятельности органов МСУ.

Не слыша голоса граждан, органам МСУ приходится организовывать местное управление самостоятельно, что порой приводит к непониманию и критике со стороны местного сообщества. Органы МСУ (местные кенеши, мэрия и айыл окмоту), зная мнение, потребности и приоритеты своих граждан, будут соответственно организовывать местное управление.

**Описание и характеристика**

|  |
| --- |
| Спецификации |

|  |  |
| --- | --- |
| Описание задачи | Проект USAID «Успешный аймак 2» привлечет местную медиа организацию (креативные и PR агентства, студии, консультанты с опытом проведения коммуникационных кампаний не менее 5 лет) для проведения информационной кампании, целями которой являются:   1. Обеспечение участия граждан в местном самоуправлении 2. Информирование широкой общественности о местном самоуправлении 3. Продвижение узнаваемости проекта USAID «Успешный аймак 2» в целевых муниципалитетах. |
| Целевая аудитория | - Население в возрасте 20-60 лет, проживающее в айылных аймаках и городах районного значения Кыргызской Республики (цели №1 и 2)  - Жители айылных аймаков и городов в целевых муниципалитетах (цель №3)  Целевые муниципалитеты проекта:  Жалал-Абадская область:   * г. Базар-Коргон * Акманский айылный аймак (АА) * Сейдикумский АА * Талдуу-Булакский АА * Арстанбапский АА   Ошская область:   * Ак-Ташский АА * Жоошский АА * Отуз-Адырский АА * Сары-Колотский АА * Жаны-Арыкский АА   Нарынская область:   * Ак-Жарский АА * Баш-Каиндинский АА * Ача-Каиндинский АА * Кара-Сууйский АА * Кара-Коюнский АА   Иссык-Кульская область:   * Абдрахмановский АА * Ананьевский АА * Орюктинский АА * Садыр-Аке АА * Семеновский АА |
| Язык – опция 2 | Кампания будет проводиться на кыргызском и русском языках.  Отобранная компания несет ответственность за качественный перевод утвержденных материалов на русском языке на кыргызский. |
| Мероприятия в рамках информационной кампании | Подрядчик предложит наиболее эффективное сочетание мероприятий кампании для достижения ее целей. Полный набор мероприятий и мероприятий подлежит согласованию с и одобрения со стороны проекта.  Все мероприятия будут рассматриваться с учетом креативности, оригинальности, соотношения цены и качества и их потенциала для достижения целей кампании.  Отобранная компания может предложить свои решения.  Мероприятия могут включать (но не ограничиваться):   * Пресс-туры, телевизионные репортажи, интервью, радиопередачи * Производство контента (например, видео, включая анимацию, истории успеха, инфографика, и т.д.) с обязательным размещением и распространением * Образовательные мероприятия (вебинары, конференции, неконференции, конкурсы и т.д.) * Социальные сети * Редакционные статьи * Статьи в популярных печатных и онлайн СМИ и изданиях * Партнерства с известными общественными деятелями, инфлюенсерами * Размещение рекламных щитов, баннеров, * Постеры для размещения в целевых муниципалитетах * Статьи, репортажи в региональных СМИ * Другие   Выбор мероприятий может варьироваться в зависимости от региона и целей. |
| Продукты и результаты | В соответствии с согласованным графиком, компания предоставит следующие продукты и результаты, которые также будут подробно описаны в окончательном договоре с отобранной компанией:  - Название кампании, уникальная идентика  - Календарь/план предлагаемых мероприятий с указанием концепции, дат, места проведения, гостей, количества участников и т. д.  - Полный список контента, который будет использоваться, вместе с производственным календарем  - План распространения контента:   * План социальных сетей с подробной информацией о частоте публикации, сроках, бюджете и т. д. * Традиционный медиа план с расписанием теле/радио роликов, публикации в онлайн/печатных изданиях, и т.д.   По окончанию кампании, подрядчик предоставит весь контент, включая, видео, фото, и визуальные материалы, разработанные в рамках информационной кампании в электронном формате. |
| Распространение контента/материалов | Компания, с которой будет подписано соглашение, разработает стратегию распространения контента и размещения материалов в СМИ и других коммуникационных каналах (информагентства, национальные и региональные ТВ, популярные печатные и онлайн издания, популярные социальные сети, мессенджеры и т.д.). |
| Согласование | Отобранная компания будет согласовывать концепцию, контент/материалы, планы, даты и порядок действий с проектом USAID «Успешный аймак 2». |
| Мониторинг/оценка | Отобранная компания будет проводить еженедельные встречи с проектом.  Целью еженедельных кратких встреч будет обсуждение хода кампании. Отобранная компания представит достижения, успехи и краткое изложение ключевых показателей охвата СМИ, участия в социальных сетях, освещения в прессе и т. д.  Подрядчик также определит проблемы или непредвиденные препятствия, а также решения для их устранения. Проект и отобранная компания при необходимости могут скорректировать некоторые мероприятия (время, место, надобность), публикации в социальных сетях, таргетинг, и т. д. |
| Отчет | Пордячик на ежемесячной основе предоставляет проекту краткий отчет с описанием результатов выполненой работы и произведенных продуктов, включая указание количественных данных.  В течение одного месяца после завершения кампании, подрядчик подготовит итоговый краткий отчет о результатах информационной кампании.  В отчете будут освещены достижения, извлеченные уроки и даны рекомендации для будущих кампаний аналогичного характера и масштаба.  В отчете будет представлена оценка эффективности кампании с максимально подробной информацией о предполагаемом количестве охваченных людей, освещении в СМИ (включая URL-ссылки на любую публикацию, результаты размещения, название каналов распространения, время размещения, продолжительность, ссылки, просмотры), эффективности социальных сетей и т. д. |
| Брендинг | Подрядчик разработает уникальную визуальную идентичность кампании.  Это может быть достигнуто, например, с помощью оригинального шрифта, цветовой палитры, обработки фотографий (фильтров, предустановок и т. д.) или использования различных элементов графического дизайна. Ожидается, что внешний вид кампании будет последовательно использоваться во всех мероприятиях и коммуникационных продуктах.  Все визуальные материалы должны быть брендированы согласно требованиям USAID и Института политики развития по маркировке и брендингу (включая логотипы и текст оговорки, название проекта, и т.д.). Для этого отобранная компания будет согласовывать материал на предмет ко-брендинга со специалистом проекта по коммуникациям.  Специалист по коммуникациям поделится руководством USAID по маркировке и брендингу и логотипами. |
| Требования к кандидатам/Предыдущий опыт работы | Медиа компания, с которой будет подписано соглашение, должна иметь не менее пяти лет профессионального опыта в области проведения информационных кампаний и производства качественного контента.  - Профессиональная этика, честность и инициативность  - Коммуникационныее навыки, гибкость и дипломатичность  - Профессиональные навыки и опыт работы в области проведения информационных кампаний и производства качественного контента.  - Наличие профессиональной команды для разработки концепции кампании, производства контента, медиаплана, календарного плана работ, а также для локализации и качественного перевода на кыргызский язык (включая приглашенных экспертов)  - Портфолио для демонстрации предыдущего опыта работы на похожих проектах.  - Знание рабочих процессов, пост продакшна, соответствующих медиаформатов и навыки оптимизации видео, фото и визуальных материалов для различных применений  - Опыт продвижения контента через различные коммуникационные каналы, включая национальные и региональные ТВ, информационные агентства, популярные печатные и онлайн издания, социальные сети и другие коммуникационные каналы  - Работа в быстро меняющейся среде с минимальным временем для запуска проекта и реализации задания  - Опыт работы с международными клиентами |
| Авторское право | Все материалы становятся исключительной собственностью проекта USAID «Успешный аймак 2» без ограничений авторского права или использования. Проект будет иметь неограниченные права на использование всех изображений и видео. Авторство продукции будет предоставлено компании в обычном порядке.  Компания может использовать результаты работ и материалы, изготовленные по соглашению, для своего портфолио и/или для показа в качестве образцов работ потенциальным клиентам.  Компания может использовать материалы, изготовленные в соответствии с соглашением, для других целей, получив прямое письменное разрешение и согласие USAID и ИПР. |
| Формат заявки | - Коммерческое предложение (не более 3-4 страниц), описывающее концепцию кампании, распространение контента и как задание будет выполнено своевременно  - Техническая квалификация команды с приложенными резюме (включая привлекаемых экспертов)  - Образцы работ/портфолио. Это может включать ссылки на онлайн-портфолио прошлых работ/инфокампаний  - Бюджет с подробным описанием стоимости работ и всех производственных затрат, сопутствующих услуг для проведения информационной кампании, включая контент и распространение. |
| Оценка/Критерии отбора | Проект будет оценивать предложения на основании следующих критериев:  - Концепция кампании (20%)  - Цена (20%). Отобранная компания соглашается придерживаться цен, указанных в своем предложении до конца выполнения задания.  - Распространение контента и реализуемость предлагаемого подхода (20%)  - Опыт работы и квалификация (20%)  - Качество портфолио, и предоставление образцов работ (20%) |
| Последний срок подачи | **17 июня 2022 года** |
| Примерная дата заключения договора | **20-25 июня 2022 года** |
| Время проведения информационной кампании | С **1 июля по 15 сентября** 2022 года |
| Сроки выполнения задания | Компания согласует **до 1 июля 2022 года:**  **-** Концепцию кампании, включая:   * Название кампании, уникальная идентика * Календарь/план предлагаемых мероприятий с указанием концепции, дат, места проведения, гостей, количества участников и т. д. * Полный список контента, который будет использоваться, вместе с производственным календарем * План распространения контента:   + План социальных сетей с подробной информацией о частоте публикации, сроках, бюджете и т. д.   + Традиционный медиа план с расписанием теле/радио роликов, публикации в онлайн/печатных изданиях, и т.д. |