

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на разработку информационной кампании
в поддержку детей с инвалидностью и их семей**

1. Общие сведения

Детский Фонд ООН (ЮНИСЕФ) реализует проект «Профилактика инвалидности и социальная интеграция детей с инвалидностью и особенностями психофизического развития в Республике Беларусь», направленный на продвижение прав детей с инвалидностью и их семей. Одной из целей проекта является увеличение знаний ключевых групп населения по вопросам, связанным с детской инвалидностью, а также увеличение осведомленности среди детей с инвалидностью и их семей об их правах и о возможностях их реализации. Одним из ключевых элементов достижения этой цели является проведение национальной информационной кампании (далее – кампания), направленной на:

- увеличение осведомленности родителей о ключевых аспектах развития детей в возрасте до 8 лет и эффективности программ раннего вмешательства для предупреждения появления инвалидности и/или дополнительных трудностей развития у детей с инвалидностью;
- укрепление понимания важности семейного окружения для детей с инвалидностью и существующих возможностях поддержки семей, воспитывающих детей с инвалидностью;
- формирование позитивного поведения в отношении детей с инвалидностью и их семей в обществе, и особенно в системе досуга, здравоохранения, дошкольного и школьного образования;
- включение во все сферы жизни общества каждого ребенка вне зависимости от его возможностей и эффективной реализации прав детей с инвалидностью и их семей в соответствии с положениями Конвенции о правах ребенка и Конвенции по правам людей с инвалидностью.

2. Назначение и цели запрашиваемых услуг:

Основной задачей исполнителя является разработка и реализация национальной информационной кампании и сопутствующих мероприятий, направленных на содействие социальному вовлечению детей с инвалидностью и их семей.

2.1. Длительность кампании (ориентировочно):

1 января 2019 года – 1 июля 2020 года

2.2. Цель кампании:

Содействие социальному вовлечению детей/подростков с инвалидностью и их семей

2.3. Задачи кампании:

2.3.1. Повышение осведомленности родителей о роли раннего развития детей и эффективности программ раннего вмешательства для предупреждения появления инвалидности/предотвращению появления дополнительных трудностей развития у детей с инвалидностью.

Целевая аудитория: родители; члены семьи и родственники, принимающие участие в воспитании ребенка; медицинские работники.

2.3.2. Увеличение социальной поддержки среди детей, подростков, родителей, учителей и других релевантных специалистов, предоставляющих услуги детям с инвалидностью (до 9-го класса включительно), направленного на вовлечение детей с инвалидностью в образовательный процесс на уровне начального и среднего образования.

Целевая аудитория: дети и подростки (до 15 лет); родители; учителя; специалисты, предоставляющих услуги детям с инвалидностью.

2.3.3. Увеличение понимания важности и роли семьи для ребенка с трудностями развития и/или инвалидностью с учетом особенностей гендерного воспитания и распределения обязанностей по уходу и воспитанию детей.

Целевая аудитория: дети и подростки (до 15 лет); родители; учителя; специалисты, предоставляющих услуги детям с инвалидностью (социальные педагоги, психологи и т.д.)

2.3.4. Увеличение знаний среди представителей СМИ о существующей стигме/дискриминации в отношении детей и подростков с инвалидностью и их семей с целью увеличения понимания преимуществ использования социальной модели инвалидности в общественном информационном дискурсе

Целевая аудитория: представители СМИ; родители; учителя; специалисты, предоставляющие услуги детям с инвалидностью (социальные педагоги, психологи и т.д.).

3. Полный список целевых аудиторий информационной кампании:

- семьи, воспитывающие детей/подростков с/без инвалидности от 0 до 15 лет;

- профессионалы, предоставляющие услуги детям/подросткам с инвалидностью и их семьям;
- воспитатели в детских садах и школьные учителя;
- психологи и социальные работники, имеющие контакт с детьми/подростками с инвалидностью
- другие профессионалы, предоставляющие социальные услуги детям/подросткам с инвалидностью;
- представители СМИ;
- широкая общественность.

4. Содержание информационной кампании

Под руководством специалиста по информационной деятельности и в сотрудничестве с релевантными департаментами и партнерами ЮНИСЕФ, исполнитель берет на себя обязательство разработать и имплементировать кампанию(-ий), направленную на поддержку детей/подростков с инвалидностью и их семей в соответствии с целью и задачами, указанными выше. При предложении проведения нескольких информационных кампаний для достижения цели и задач, указанных в данном техническом задании, необходимо наличие детального разъяснения целесообразности и эффективности такого подхода.

На основе информации, предоставленной ЮНИСЕФ и другими партнерами, исполнитель будет ответственен за выполнение следующего перечня задач:

Предварительный список задач	Ожидаемый результат
1. Создание общей концепции информационной кампании протяженностью два (2) года, которая будет направлена на достижение цели, приведенной выше	Концепция кампании разработана и согласована с заказчиком (см. раздел «Кампания»);
2. Создание единого визуального стиля кампании (включая логотип, цветовое решение, базовые элементы дизайна), который будет отражать суть кампании, поддерживать в процессе ее реализации и способствовать ее легкому узнаванию	Визуальный стиль кампании разработан и согласован заказчиком, графические файлы и элементы преданы заказчику для использования
3. Создание общего слогана, который будет отражать суть кампании и доводить до целевых аудиторий ее ключевые послы	Слоган кампании разработан и согласован с ЮНИСЕФ и ключевыми партнерами
4. Организация и проведение фокус-групп для формирования ключевых информационных сообщений и для установления исходных знаний целевых групп перед стартом кампании для оценки эффективности кампании во время ее	Фокус-группы с участием каждой из целевых групп проведены Ключевые информационные сообщения, направленные на достижение цели

проведения и по итогам ее завершения	кампании, разработаны и согласованы с заказчиком с учетом результатов проведения фокус-групп
5. Адаптация основных информационных сообщений к различным коммуникационным каналам (телевидение, радио, печатные и онлайн издания) и целевым аудиториям	Согласованные информационные сообщения адаптированы под различные коммуникационные каналы
6. Адаптация существующих и разработанных информационных материалов для увеличения знаний и понимания среди целевых аудиторий по ключевым тематическим направлениям, указанным в задачах кампании	Материалы адаптированы и распространены среди целевых аудиторий
7. Разработка визуальных материалов для использования на различных носителях (рекламные щиты (билборды), плакаты, ролл-ап стенды, сувенирная продукция и т.д.), а также разработка плана по их распространению и координация распространения в соответствии с разработанным планом	Визуальные материалы разработаны, произведены и распространены
8. Подготовка и организация старта кампании	Концепция запуска кампании разработана и согласована с заказчиком. Старт кампании успешно проведен
9. Разработка и производство видео продукции, в том числе написание сценария и производство видеороликов/анимационных роликов в формате социальной рекламы, согласование концепций и финальных роликов социальной рекламы в Министерстве торговли Республики Беларусь, а также последующее их распространение	Видеоролики/анимации произведен(-ы), согласованы заказчиком и Министерством торговли Республики Беларусь, а также адаптирован(-ы) под различные платформы и распространен(-ы) среди целевых аудиторий и посредством основных информационных каналов
10. Разработка и реализация плана вовлечения СМИ, включая ведение переговоров по предоставлению бесплатного медийного времени, согласование формата и сценария для трансляции ключевых коммуникационных сообщений об инклюзии детей с инвалидностью	Количество передач (с предоставлением копии материала и размещением онлайн), предусмотренное в финальной концепции, с участием целевых аудиторий, направленные на трансляцию ключевых коммуникационных сообщений об инклюзии детей с инвалидностью и стимулирование общественного диалога на данную тему успешно сняты и копии отснятых передач переданы заказчику для дальнейшего распространения и

	использования
11. PR-сопровождение и поддержка в организации ключевых мероприятий (запуск кампании, пресс-конференции и мероприятия с привлечением общественности) во время проведения всей кампании	Ключевые мероприятия кампании широко освещены в СМИ, социальных сетях, и потенциальные участники успешно осведомлены об их проведении
12. Концептуализация и организация мероприятия республиканского масштаба (конференция) и/или ряда региональных мероприятий в согласованных городах/районах (воркшоп/встреча) для родителей детей с инвалидностью для налаживания связей между родителями и создания/продвижения групп взаимоподдержки	Услуги по проведению конференции и/или ряда региональных мероприятий в согласованных городах/районах (воркшоп/встреча) для родителей детей с инвалидностью
13. Разработка плана по привлечению «лидеров мнений» и их последующее вовлечение в реализацию кампании для увеличения охвата аудитории	План по привлечению «лидеров мнений» разработан и реализован, в результате чего охват кампании увеличен
14. Производство и распространение реальных историй различных представителей целевых аудиторий в рамках цели и задач данной кампании в различных форматах включая видеоматериалы, материалы для СМИ и т.д., а также нахождение героев, подходящих в рамках задач кампании	Несколько реальных историй представителей целевых аудиторий в соответствии с финальной предложенной концепцией написаны/отсняты и распространены среди целевых аудиторий и посредством релевантных информационных каналов
15. Разработка и проведение активаций кампании в социальных сетях для ее продвижения	Активации по каждой из задач кампании в социальных сетях проведены, а результаты проведенных активаций предоставлены заказчику в форме аналитического отчета
16. Согласование и реализация механизмов мониторинга и оценки эффективности кампании и достижения поставленных целей	Мониторинг и оценка эффективности кампании проведен (дважды: в середине кампании для возможности улучшения ключевых ее составляющих и после окончания кампании для оценки ее эффективности)

Обязательные элементы, которые необходимо использовать при разработке всех материалов:

- логотип ЮНИСЕФ;

- логотипы партнеров (Российская Федерация, Министерство здравоохранения Республики Беларусь, Министерство образования Республики Беларусь, Министерство информации Республики Беларусь и др.);
- корпоративные цвета. Указаны в брендбуке ЮНИСЕФ (UNICEF Brandbook, будет предоставлен Заказчиком).

4.1. Видеоматериалы:

В соответствии с предоставленной концепцией кампании, предложить Заказчику комплект видеоматериалов и их ориентировочную стоимость производства включая все сопутствующие расходы на съемку, монтаж и т.п.

Обязательные элементы, которые необходимо использовать при разработке видеоматериалов, соответствуют требованиям, указанным в разделе «Содержание информационной кампании».

4.2. Печатные материалы:

В соответствии с предоставленной концепцией кампании, предложить Заказчику комплект информационных материалов и их ориентировочную стоимость производства включая все сопутствующие расходы на дизайн, печать и т.п.

Обязательные элементы, которые необходимо использовать при разработке макетов печатной продукции, соответствуют требованиям, указанным в разделе «Содержание информационной кампании».

4.3. Пресс-конференции/мероприятия:

Организация и проведение пресс-конференций или мероприятий, презентующих кампанию для целевых аудиторий. Ожидается, что поставщик услуг: в свободной форме предложит концепцию, формат, форму и график реализации мероприятий, учитывая расходы на подготовку, организацию и проведение.

5. Требования к документированию

По окончании работ исполнитель предоставляет заказчику следующие материалы:

- все файлы, содержащие графические элементы (.psd, .ai или другой оговоренный формат);
- печатные материалы: исходные макеты, а также превью (в электронном виде);
- видеоматериалы (финальные варианты видеоматериалов);
- макеты иллюстраций и фоновых рисунков (*.psd, .ai или другой оговоренный формат).

6. Дополнительные работы (если потребуются)

Дополнительные работы предусматривают:

- создание дополнительных фото-/видеоматериалов;
- разработка макетов для последующих кампаний (баннеров, листовок, флаеров, биллбордов и других продуктов);

- создание промо-сайта и т.д.

Структура, требования, стоимость и условия выполнения данных работ регулируются дополнительными соглашениями к основному договору, за исключением случаев, когда указанные выше компоненты были первоначально предложены заказчику в рамках информационной кампании.