# TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA

“Informācijas kampaņa jauniešu līdzdalības iespēju veicināšanai”

IESNIEDZA

|  |  |
| --- | --- |
| Pretendenta nosaukums: |  |
| Reģistrācijas nr.: |  |
| Juridiskā adrese: |  |
| Faktiskā adrese: |  |
| e-pasta adrese: |  |
| Tālr.  |  |
| Banka, Kods, Konts:  |  |

PRETENDENTA KONTAKTPERSONA

|  |  |
| --- | --- |
| Vārds, uzvārds: |  |
| Ieņemamais amats: |  |
| Tālr. |  |
| e-pasta adrese: |  |

1. **Kampaņas mērķis un rezultāts**

Kampaņas mērķis ir pievērst jauniešu uzmanību un informēt par līdzdalības iespējām jauniešiem vietējā, reģionālā, nacionālā un starptautiskā mērogā Izglītības un zinātnes ministrijas (turpmāk – Pasūtītājs) projekta “Eiropas Jaunatnes dialoga īstenošana Latvijā” ietvaros.

Jaunieši Latvijā sabiedriskās un pilsoniskās līdzdalības iespējas kopumā vērtē vairāk slikti. Jauniešiem ir labas iespējas līdzdarboties - veikt brīvprātīgo darbu (77 %), iesaistīties neformālās izglītības grupās (72 %), jaunatnes un jauniešu organizācijās (65%), kā arī paust savas intereses (65 %). Nedaudz sliktāk jaunieši vērtē iespējas iesaistīties citu nevalstisko organizāciju darbībā (48 %). Kā sliktas vai neesošas jaunieši vērtē iespējas iesaistīties politikas plānošanas procesos (39 %), iespējas līdzdarboties politiskās partijās (17 %), īpaši – ietekmēt lēmumu pieņemšanu pašvaldību (14 %) un valsts līmeņos (8 %). Tāpat 51 % jauniešu uzskata, ka ir labas un izcilas iespējas saņemt saprotamu un aktuālu informāciju par jaunatnes jomu, taču par līdzdalības iespējām – 49% jauniešu.[[1]](#footnote-1) Jauniešiem ir iespēja līdzdarboties, bet tikai mazāk kā puse jauniešu zina, kur uzzināt par šādām līdzdalības iespējām.

Ar kampaņas starpniecību iecerēts pievērst jauniešu uzmanību un informēt jauniešus, kā tie var uzzināt par jauniešu līdzdalības iespējām lokālā, reģionālā un nacionālā līmenī.

Laika posmā no Pakalpojuma līguma spēkā stāšanās līdz 2022. gada 20. maijam Izpildītājs:

* 1. izstrādā un īsteno sociālo tīklu komunikācijas kampaņu;
	2. sagatavo ziņojumu un mediju monitoringu par kampaņas sasniegtajiem rezultātiem.

**Izpildītājam ir jāsasniedz šādi kampaņas rezultāti:**

* 1. Izstrādāta sociālo tīklu komunikācijas kampaņas stratēģija (koncepts) jauniešu uzmanības pievēršanai un informēšanai par līdzdalības iespējām lokālā, reģionālā, nacionālā un starptautiskā līmenī;
	2. Veicināta jauniešu informētība par līdzdalības iespējām lokālā, reģionālā, nacionālā un starptautiskā līmenī - nodrošināta publicitāte, sasniedzot ne mazāk kā 20 publicitātes vienības (ieraksti, vizualizācijas, video vai citi) kampaņas laikā;
	3. Ar sociālo tīklu ierakstiem Pasūtītāja sociālo tīklu profilos un video izplatīšanu sociālajos tīklos Youtube, Instagram, TikTok reklāmas veidā, sasniegta vismaz 100 000 liela kampaņas primārā mērķauditorija (*total reach*);
	4. Sagatavoti vismaz 7 vizuālie materiāli (infografikas, attēli vai citi) par jauniešu līdzdalības iespējām dažādos līmeņos;
	5. Radīti divi 30 sekunžu video, ko izplata sociālajos tīklos Youtube, Instagram, TikTok reklāmas veidā.

Konkrēto aktivitāšu īpatsvaru un saturu Izpildītājs vienojoties ar Pasūtītāju, var koriģēt atbilstoši piedāvātajai kampaņas stratēģijai, ja tas ļauj sasniegt kampaņas mērķus un mērķauditoriju.

**Kampaņas izaicinājumi**

* Radošās idejas un stratēģijas ilgtspēja. Lai izvairītos no vienveidīgas un rutinētas komunikācijas, radošai idejai un kampaņas stratēģijai jābūt ilgtspējīgai un atbilstošai jauniešu mērķauditorijai.
* Sadarbības partneru kapacitāte. Kampaņas realizācijā un rezultātu izplatīšanā nepieciešams iesaistīt jauniešu viedokļu līderus, jaunatnes organizāciju un jauniešu centru pārstāvjus, nodrošinot kampaņas daudzveidību.
* Reprezentatīvu faktu, datu un statistikas, ko nodrošina Pasūtītājs, izmantošana, kampaņas gaitā dažādos vizuāli ērti uztveramos veidos.
* Pieredzes stāstu izaicinājums. Ir pieejami daudzi jauniešu līdzdalības stāsti, kurus var izmantot arī kampaņas vizuālajos materiālos, taču jāņem vērā, ka tikai uz šiem pieredzes stāstiem vien nevar balstīt visu radošo koncepciju.

**2. Kampaņas mērķauditorija**

Izpildītājām jāsasniedz šāda primārā mērķauditorija - jaunieši vecumā no 13 - 25 gadiem. Sekundārā mērķauditorijā ir sabiedrība, tai skaitā jaunatnes darbinieki, pedagogi, vecāki.

Kampaņas ģeogrāfiskais pārklājums - visa Latvija.

**3. Izpildes laiks**

3.1. Pakalpojuma sniegšanas termiņš – līdz 2022. gada 30. aprīlim. Par sociālo tīklu kampaņas īstenošanas laiku Pasūtītājs atsevišķi vienojas ar Izpildītāju.

3.2. Visu atskaišu, nodošanas – pieņemšanas aktu un rēķinu par sniegto Pakalpojumu iesniegšanas termiņš – līdz 2022. gada 20. maijam.

1. **Kampaņas plānošana un pieņemšana**
	1. Izpildītājs nodrošina Kampaņas norises plānošanu un organizēšanu, t.sk. komunikāciju ar Pasūtītāja pārstāvjiem. Izpildītājs veido Kampaņu, balstoties uz Pasūtītāja norādījumiem par Kampaņā iekļaujamo saturu vizuālajos materiālos (attēlos, infografikos un video).
	2. Izpildītājs ne vēlāk kā 5 (piecu) darba dienu laikā pēc Pakalpojuma līguma noslēgšanas iesniedz Pasūtītājam Kampaņas plānu un laika grafiku. Plānā iekļaujama kampaņas ideja un pamatojums izvēlētajai stratēģijai, reklāmas intensitāte, reklāmas materiālu adaptācija (Google Ads, Facebook Ads vai citām), video scenārijs un esošo komunikācijas materiālu pielāgošana vai jaunu izveide atbilstoši Kampaņas mērķim.
	3. Pasūtītājs 2 (divu) darba dienu laikā pēc Kampaņas plāna saņemšanas paziņo Izpildītājam par Kampaņas plāna un laika grafika saskaņošanu vai veicamajiem labojumiem.
	4. Izpildītājs ne vēlāk kā 5 (piecu) darba dienu laikā pēc 3.1. punktā minētā termiņa iesniedz Pasūtītājam ziņojumu par Kampaņas īstenošanas gaitu un mediju monitoringa apkopojumu, rēķinu par sniegto pakalpojuma izpildi un parakstītu nodošanas - pieņemšanas aktu, kā arī visus kampaņā radītos vizuālos materiālus.

**FINANŠU PIEDĀVĀJUMS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Informācijas kampaņa jauniešu līdzdalības iespēju veicināšanai** | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ EUR bez PVN |

1. Izglītības un zinātnes ministrijas “Latvijas Jauniešu aptaujas 2020”

rezultāti, <https://jaunatneslietas.gov.lv/sites/default/files/2021-08/IZMJauniesu_aptaujas_rezultati_2020.pdf> [↑](#footnote-ref-1)