**TEHNISKAIS UN FINANŠU PIEDĀVĀJUMS**

Izglītības uz zinātnes ministrijas organizētajā cenu aptaujā

**Iepirkumu procedūras (integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā) dokumentu izstrāde un pakalpojuma līguma (integrētās mediju kampaņas) izpildes uzraudzība**

1. IESNIEDZA

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

2. PRETENDENTA KONTAKTPERSONA

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

**Tehniskā specifikācija**

**Iepirkumu procedūras (integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā) dokumentu izstrāde un pakalpojuma līguma (integrētās mediju kampaņas) izpildes uzraudzība**

1. Iepirkuma procedūras dokumentācijas sagatavošana:
   1. Prasību definēšana pretendenta tehniskajām un profesionālajām spējām un kapacitātei;
   2. Prasību definēšana pretendenta piesaistīto speciālistu profesionālajai pieredzei un izglītībai;
   3. Tehniskās specifikācijas sagatavošana (tai skaitā, integrētās mediju kampaņas apraksts, nepieciešamo nodevumu, atskaišu, mediju un to raidlaika apraksts, sadarbība ar pasūtītāju);
   4. Piedāvājumu izvērtēšanas metodoloģijas sagatavošana;
   5. Konsultācijas par pasūtītāja sagatavotu līguma projektu, tā rediģēšana atbilstoši iepirkuma procedūras nosacījumiem un mediju pirkšanas praksei;
2. Sadarbība pēc iepirkuma procedūras izsludināšanas:
   1. Rakstisku atbilžu sagatavošana uz pretendentu uzdotajiem jautājumiem par tehnisko specifikāciju;
   2. Iesniegto piedāvājumu izvērtēšana, konsultācijas pasūtītājam par iesniegtajiem piedāvājumiem, tostarp to atšķirībām. Katra piedāvājuma izvērtējums, tai skaitā mediju stratēģijas piedāvājumu vērtējums, potenciālo risku analīze saistībā ar piedāvājumiem;
   3. Konsultācijas par integrētās mediju kampaņas nodevumu vienībām un to skaitu, kā arī pakalpojuma cenas veidošanās modeļiem;
3. Mācības IZM darbiniekiem par mediju un komunikācijas iepirkumiem, mediju plānošanu (vismaz 6 stundas):
   1. Mediju parametrus raksturojošie lielumi (reitingi, auditorijas sasniedzamība u.c.), Latvijā pieejamie pētījumi par mediju lietošanas paradumiem sabiedrībā, kā arī trešo pušu reklāmas monitorings;
   2. Mediju plānošanas pamatprincipi, apjoma un kvalitātes raksturlielumi, mērķauditorijas segmentēšanas iespējas;
   3. Mediju izvietošanas izmaksu veidošanās principi, tai skaitā reklāmas, kuru izvietošanai tiek piemēroti dinamiskie cenu veidošanās principi (piemēram, Google Ads, Facebook Advertising u.c.);
   4. Radošo reklāmas materiālu (video, audio klipi, atslēgas vārdi un reklāmu teksti meklētājsistēmās u.c. vizuālie materiāli - interneta reklāmas baneri) izvietošanas iepirkumu vienības;
   5. Izvērtēšanas kritēriji mediju un radošo reklāmas materiālu iepirkumos;
   6. Izaicinājumi saistībā ar potenciālo iepirkumu rezultātu vai nolikuma (tai skaitā kvalifikācijas prasību) apstrīdēšanu;
   7. Mācības par informāciju, ko nepieciešams iekļaut mediju atskaitēs, lai konstatētu pakalpojumu piegādi nolīgtajā apjomā par piedāvāto cenu.

Plānotais līguma izpildes gala termiņš - 2021.gada 31.decembris.

Plānotā maksimālā līgumcena – 4 000 EUR (bez PVN),

**Kvalifikācijas prasības**

**Iepirkuma procedūras (integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā) dokumentu izstrāde un pakalpojuma līguma (integrētās mediju kampaņas) izpildes uzraudzība**

1. **Pretendentu atlases prasības** 
   1. Pretendents normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā ir reģistrēts Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā vai citā Pretendenta saimnieciskai darbībai atbilstošā reģistrā, vai līdzvērtīgā reģistrā ārvalstīs, atbilstoši attiecīgās valsts normatīvo aktu prasībām.
   2. **Pretendentam** iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2017., 2018., 2019. un 2020. gads līdz piedāvājumu iesniegšanas dienai) ir pieredze vismaz 2 (divu) līdzvērtīga pakalpojuma līguma izpildē (t.i. integrētu mediju kampaņu iepirkuma procedūru dokumentu izstrādē).
   3. Pretendents spēj piesaistīt vismaz vienu **speciālistu - komunikācijas plānošanas ekspertu** ar šādu profesionālo pieredzi kvalitatīvai un izglītību iepirkuma līgumā noteikto saistību izpildei, kuram ir:
      1. augstākā izglītība;
      2. iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2017., 2018., 2019. un 2020. gads līdz piedāvājumu iesniegšanas dienai) ir pieredze vismaz 2 (divu) līdzvērtīgu pakalpojumu sniegšanā (t.i. integrētu mediju kampaņu iepirkuma procedūru dokumentu izstrādē).
2. **Iesniedzamie dokumenti un informācija**
   1. **Pretendenta pieredzes apraksts**. Pretendents iesniedz pieredzes aprakstā norādīto pakalpojuma saņēmēju kontaktpersonu kontaktus, atsauksmju iegūšanai.
   2. **Piesaistītā speciālista parakstītu dzīvesgājuma aprakstu (CV),** kā arī piesaistītā speciālista rakstisku apliecinājumu piedalīties līguma izpildē, ja pretendents tiks atzīts par uzvarētāju cenu aptaujā.
   3. **Pretendents iesniedz parakstītu** **apliecinājums**, ka ne pretendents ne piesaistītais speciālists nav saistīts (nav darba, konsultāciju, apmācību, radniecības, labuma guvēja vai citās) attiecībās ar potenciālajiem integrēto mediju kampaņas iepirkuma procedūras dalībniekiem: mediju, radošajām, sabiedrisko attiecību aģentūrām[[1]](#footnote-1).
   4. **Pretendents iesniedz** **vismaz divas pieredzes aprakstā norādīto līguma pasūtītāju** **atsauksmes,** kurās ietverta informācija, kas apliecina sekmīgu, savlaicīgu un kvalitatīvu līguma izpildi (vai alternatīvs dokuments pieredzes apliecināšanai, ja atsauksme nav pieejama).
   5. **Finanšu piedāvājums**, kas jāsagatavo atbilstoši pielikumā pievienotai formai.
   6. **Tehniskais piedāvājums**, kas jāsagatavo atbilstoši tehniskās specifikācijas prasībām.
   7. **Detalizēts sadarbības piedāvājums**, kurā aprakstīta:
      1. iepirkuma procedūras (tehniskās specifikācijas 1.punkts) dokumentācijas sagatavošanas gaita un piedāvātais laika patēriņa aprēķins, kas nevar pārsniegt 30 kalendārās dienas no līguma noslēgšanas dienas;
      2. piedāvājumu izvērtēšanas metodoloģijas sagatavošanas gaita;
      3. apmācību Izglītības un zinātnes ministrijas darbiniekiem par mediju un komunikācijas iepirkumiem, mediju plānošanu (vismaz 6 stundas) detalizēts apraksts. Apmācība veicama pirms integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā (indikatīvi 2021.gada marts).

**Piedāvājuma vērtēšanas kritēriji**

**Iepirkuma procedūras (integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā) dokumentu izstrāde un pakalpojuma līguma (integrētās mediju kampaņas) izpildes uzraudzība**

**Vērtēšanas kritēriju tabula**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Kritērijs/apzīmējums** | **Maksimālais punktu skaits** |
| 1. | **Pakalpojuma cena (A)** | **15** |
| 2. | **Tehniskais piedāvājums (B)** | **85** |
| 2.1. | *Apmācību Izglītības un zinātnes ministrijas darbiniekiem par mediju un komunikācijas iepirkumiem, mediju plānošanu (vismaz 6 stundas) detalizēts apraksts (B1)* | 40 |
| 2.2. | *Iepirkuma procedūras dokumentācijas sagatavošanas gaita (B2)* | 25 |
| 2.3. | *Piedāvājumu izvērtēšanas metodoloģijas sagatavošanas gaita (B3)* | 20 |
| Kopā: | | **100** |

1. **Pakalpojuma cenas(A)** skaitlisko vērtējumu aprēķina pēc šādas formulas:

, kur:

*– viszemākā piedāvātā pakalpojuma cena;*

*– vērtējamā piedāvātā pakalpojuma cena;*

*– kritērija maksimālā skaitliskā vērtība.*

1. **Tehniskais piedāvājums (B)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kritērijs** | **Vērtēšana** | **Maksimālais punktu skaits kritērijā** |
| Apmācību Izglītības un zinātnes ministrijas darbiniekiem par mediju un komunikācijas iepirkumiem, mediju plānošanu (vismaz 6 stundas) detalizēts apraksts (B1) | 40 punkti - ir detalizēts, pasūtītāja vajadzību specifikai atbilstošs mācību piedāvājums;  20 punkti - ir vispārīgs mācību piedāvājums;  0 punkti - mācību piedāvājums nav atbilstošs pasūtītāja profilam un vajadzībām. | 40 |
| Iepirkuma procedūras dokumentācijas sagatavošanas gaita (B2) | 25 punkti - ir detalizēti un atbilstoši pasūtītāja profilam (publiskā sektora institūcija) aprakstīta piedāvājuma dokumentācijas sagatavināšanas gaita, piedāvātais process ir argumentēts un pamatots, ir pamatots piedāvātā laika patēriņa aprēķins;  15 punkti - ir vispārīgi aprakstīta piedāvājuma dokumentācijas gaita;  0 punkti - piedāvājums ir neprecīzs, tas nav piemērojams pasūtītāja specifikai. | 25 |
| Piedāvājumu izvērtēšanas metodoloģijas sagatavošanas gaita (B3) | 20 punkti - ir pamatota un detalizēta piedāvājumu izvērtēšanas metodoloģija;  10 punkti - ir vispārīgi aprakstīti vispārīgi principi piedāvājumu izvērtēšanai;  0 punkti - piedāvājuma izvērtēšanas principi ir neskaidri, tie neatbilst pasūtītāja specifikai. | 20 |

Tehnisko piedāvājumu detalizācijas pakāpes noteikšanā pasūtītājs ir tiesīga izmantot piedāvājumu savstarpējās salīdzināšanas metodi.

Pretendenta piedāvājuma galīgo skaitlisko vērtējumu *(D)* nosaka šādi:

*D=A+B (B1+B2+B3).*

Maksimālais punktu skaits ir 100. Punktus aprēķina ar precizitāti līdz punkta simtdaļai.

Par saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu pasūtītājs atzīs piedāvājumu, kurš iegūs visaugstāko galīgo skaitlisko vērtējumu (punktu skaitu).

**Finanšu piedāvājums**

**Iepirkuma procedūras (integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā) dokumentu izstrāde un pakalpojuma līguma (integrētās mediju kampaņas) izpildes uzraudzība**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pakalpojums** | **Kopējā pakalpojuma cena**  **EUR bez PVN** |
|  |  |
| Iepirkuma procedūras (integrētās mediju kampaņas par ES fondu investīcijām profesionālajā un augstākajā izglītībā) dokumentu izstrāde un pakalpojuma līguma (integrētās mediju kampaņas) izpildes uzraudzība |  |

***Pretendents pievieno kopējās pakalpojuma cenas veidošanās izmaksu tāmi.***

*Apliecinām, ka Finanšu piedāvājumā norādītajā cenā ir iekļauj visas ar pakalpojuma sniegšanu un citas saistītās izmaksas atbilstoši tehniskajā specifikācijā noteiktās prasības.*

Paraksts[[2]](#footnote-2): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums[[3]](#footnote-3): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Pasūtītājam ir tiesības šī apliecinājuma patiesumu pārbaudīt Latvijas Reklāmas asociācijā un Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā, kā arī citās institūcijās pēc ieskatiem. [↑](#footnote-ref-1)
2. Neaizpilda, ja dokuments tiek parakstīts ar drošu elektronisko parakstu. [↑](#footnote-ref-2)
3. Skatīt iepriekšējo atsauci. [↑](#footnote-ref-3)