Iepirkums atbilstoši Publisko iepirkumu likuma 9.pantam

LDDK iepirkuma nolikumam

(publiskā iepirkuma identifikācijas Nr. LDDK/ 2021/2/ESF)

***1.pielikums***

**TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA**

1. Kampaņas ietvaros Izpildītājs izgatavo:

1.1. Kampaņas grafisko identitāti - vienotu grafiska dizaina elementu un tā atvasinājumus visiem kampaņas materiāliem, sociālo tīklu titulbildes un banerus kampaņas materiālu reklamēšanai;

1.2. 6 (sešus) video klipus (viena video klipa paredzamais garums līdz ~ 3min). Katram video klipam tiek sagatavots viens 15 sekunžu un viens 30 sekunžu reklāmas video materiāls, lai sekmētu video skatīšanos sociālajos tīklos.

1.3. Video titrēšanu latviešu valodā – 6 video klipiem;

1.4. 6 (seši) podkāsta video ieraksti ar moderatoru (viena podkāsta paredzamais garums 30 - 40min) paredzot, ka podkāstā piedalās konkrētās profesijas pārstāvis un nozares pārstāvis (darba devējs, klients vai tautsaimniecības eksperts) un pie nosacījuma, ka:

1.4.1. katram podkāsta video ierakstām tiek izgatavots baneris un 15 sekunžu audio materiāls izvietošanai sociālajos tīklos, lai sekmētu podkāsta skatīšanos;

1.4.2. podkāsta ieraksts jāveic profesionāli aprīkotā studijā vai telpās, kas iekārtota atbilstoša noformējuma un kvalitātes ieraksta nodrošināšanai.

2. Kampaņas ietvaros Izpildītājs nodrošina satura izvietošanu:

2.1. Pretendenta piedāvātos digitālajos kanālos, pamatojot kanālu izvēli un to kombināciju, lai pēc iespējas precīzāk sasniegtu kampaņas mērķauditoriju – kopumā 6 (sešas) nedēļas;

2.2. Kanālos, kur LDDK nav aktīva konta, Izpildītājam jāizveido jauns konts ar atbilstošu Pasūtītāja un kampaņas identitāti;

2.3. Informatīvas rubrikas integrāciju radio saturā – 6 (sešu) raidījumu integrācijas 2 (divās) radio stacijās, atbilstoši auditorijas segmentam.

3. Kampaņas ietvaros Izpildītājs izstrādā kampaņas materiālus un īsteno reklāmas kampaņu satura popularizēšanai un skatījumu sekmēšanai, nodrošinot pēc iespējas efektīvāku mērķauditorijas sasniegšanu, ņemot vērā Kampaņas mērķa auditoriju un Iepirkuma līguma finanšu ietvaru:

3.1. Reklāmas kampaņas piedāvājumā Izpildītājs detalizēti pamato izvēlētos komunikācijas kanālus, izvietošanas intensitāti un apjomu tajos;

3.2. Paredzot satura izvietošanu radiostacijās, nepieciešams izvēlēties tādas, kuru kopējā nedēļas auditorija procentos un tūkstošos (reach %, Reach) ieņem TOP5 pozīcijas Kantar radio auditorijas pētījumā vasara 2020- Rudens 2020;

3.3. Noslēdzot Kampaņu, Izpildītājs iesniedz Pasūtītājam pārskatu par kampaņas laikā sasniegtajiem rezultātiem, auditoriju, tajā skaitā, vērtējumu, kā sasniegti kampaņas izvirzītie mērķi. Pārskats jāiesniedz elektroniski, iekļaujot kampaņas ietvaros izgatavotos un izplatītos materiālus.

4. Kampaņas mērķis ir īsi un atraktīvi informēt sabiedrību par profesionālās izglītības priekšrocībām, attēlojot 6 dažādu profesiju (STEM nozarē) veiksmes stāstus par profesionāļiem, kuri, iegūstot profesionālo izglītību, spējuši veiksmīgi attīstīt savu karjeru un īstenos profesionālos mērķus, kļūstot par veiksmīgiem un pieprasītiem speciālistiem. Cilvēks sevi spēj pilnvērtīgāk realizēt, darot to, kas viņam patīk un sanāk! Bieži vien jaunieši izvēlas profesiju, vadoties pēc atalgojuma vai kādiem sabiedrībā valdošiem standartiem, nemaz nezinot, kas šajā profesijā jādara. Kampaņas mērķis ir vērst uzmanību uz izciliem profesionāļiem, kuri ieguvuši profesionālu izglītību, ļoti laicīgi iepazīstot profesiju vēl mācību laikā uzņēmumā uz vietas un aicināt jauniešus atbildīgi un individuāli izvēlēties savu karjeras ceļu.

5. Kampaņas auditorija ir jaunieši vecumā no 13 – 18 gadiem un viņu vecāki vecumā no 40 - 55 gadiem.

6. Izpildītājam video izveides ietvaros ir pienākums:

6.1. Uzņemt oriģinālus video kadrus, katra video scenāriju iepriekš saskaņojot ar Pasūtītāju;

6.2. Video kadros obligāti iekļaut sižeta galvenā varoņa izglītības iestādi, esošo darba vietu un profesionālajai specifikācijai atbilstošu vidi;

6.3. Sagatavot audioierakstu ar aizkadra balsi. Izpildītājam jāpiedāvā vismaz trīs aizkadra balss varianti, no kuriem Pasūtītājs izvēlas vienu. Aizkadra balss ierunātājs ir profesionāls aktieris vai diktors. Pasūtītājs piedāvāto specialistu izvērtē pēc iesniegtā CV, kurā norādīta pieredzē līdzīgos projektos, un balss ieraksta ( ~ 1 minūti);

6.4. Piemeklēt fona mūziku, piedāvājot vismaz trīs (3) atšķirīgus variantus;

6.5. Sagatavot video saturu un titrus latviešu valodā, iepriekš saskaņojot ar Pasūtītāju;

6.6. Iekļaut visus Pasūtītāja vizuālās identitātes elementus;

6.7. Īstenot visus nepieciešamos tehniskos darbus (video apstrāde u.tml.), lai sagatavotu video atbilstoši tehniskajām prasībām un gatavu lietošanai.

7. Tehniskās prasības video:

7.1. Faila veids: MP4 (MPEG4);

7.2. Video izšķirtspēja: 1920x1080;

7.3. Kadrs: Progressive (p)

7.4. Audio: AAC, WAV, PCM vai MP3 straume, Stereo;

7.5. Skaļuma ierobežojums: līdz 6dB (peak) vai limitējot audio skaļumu ar kompresiju līdz 10dB;

7.6. Filmēts: Full HD izšķirtspējā (1920x1080).

8. Scenārijs:

8.1. Filmēšana notiek saskaņā ar scenāriju, kurš tiek pielāgots katra sižeta specifikai, to iepriekš saskaņojot ar Pasūtītāju;

8.2. Filmēšana notiek Latvijas teritorijā, atbilstoši intervējamā varoņa mītnes vietai;

8.3. Izpildītājs, iepriekš saskaņojot ar Pasūtītāju, organizē intervējamo personu dalību filmēšanā

9. Video jābūt ietvertam ESF projekts «Profesionālo izglītības iestāžu audzēkņu dalība darba vidē balstītās mācībās un mācību praksēs uzņēmumos» Nr. 8.5.1.0/16/I/001 atbilstoši SAM 8.5.1. numuram un nosaukumam, kā arī jābūt ievērotām Eiropas Savienības fondu 2014 – 2020. gada plānošanas perioda publicitātes vadlīnijas Eiropas Savienības fondu finansējuma saņēmējiem (http://www.esfondi.lv/upload/00-vadlinijas/vadlinijas\_2015/ES\_fondu\_publicitates\_vadlinijas\_2014-2020\_13.07.2015.pdf).

10. Prasības autortiesībām un personas datu aizsardzībai:

10.1. Izpildītājs, izveidojot video, ievēro citu personu autortiesības un blakustiesības un apņemas, ja video izveidei nepieciešams, saņemt normatīvajos aktos paredzētās atļaujas un piekrišanas no šādu tiesību īpašniekiem, kā arī, ja nepieciešams, uz sava rēķina tās apmaksāt.

10.2. Izpildītājs nodod visas savas autora mantiskās tiesības Pasūtītājam izmantot tā izveidoto video, pretī saņemot finanšu piedāvājumā norādīto līgumcenu vai tās daļu, ja maksājums Izpildītājam tiek samazināts Līgumā noteiktajā kārtībā. Autortiesības uz video tiek nodotas, tiklīdz tās radušās un tās var nodot trešajām personām, tai skaitā, bet ne tikai: publicēt, izmantot jebkādā veidā, pārdot, nodot lietošanas tiesības trešajām personām, tulkot, pārveidot. Visas šīs tiesības tiek nodotas Pasūtītājam, kurš var tās izmantot pats vai nodot vai licencēt tās kādai trešajai personai.

10.3. Izpildītājs apņemas neizmantot pret Pasūtītāju un trešajām personām, kuras būs ieguvušas no Pasūtītāja kādas tiesības uz video, normatīvajos aktos noteiktās personiskās tiesības, it sevišķi tās, kas attiecas uz video atsaukšanu, darba neaizskaramību un uz pretdarbību, un piekrīt, ka Pasūtītājam ir tiesības nodot video citai personai pārveidošanai, pārtaisīšanai vai papildināšanai un Izpildītājs pret veikto pārveidošanu, pārtaisīšanu un papildināšanu neiebildīs.

10.4. Izpildītājs nodrošina, ka videomateriālos redzamās fiziskās personas ir saņēmušas honorāru par dalību attiecīgajā sižetā un nevar prasīt Pasūtītājam pārtraukt publiskot attiecīgo video vai lūgt dzēst attiecīgo personu datus no video.

11. Kampaņas īstenošanas gala termiņš: ne vēlāk kā 4 mēnešu laikā no līguma noslēgšanas brīža.