

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

ПОДДЕРЖКА МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РАЗРАБОТКЕ И ПРОВЕДЕНИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПО ВОПРОСАМ ПИТАНИЯ

А. Описание

Проект Повышения устойчивости сельского хозяйства (ППУСХ) финансируется за счет гранта Международной Ассоциации Развития (МАР) в размере 58 млн. долларов США, подготовленного для поддержки Таджикистана с целью создания основы для более устойчивого сельскохозяйственного сектора за счет доступности государственных сельскохозяйственных услуг, включая улучшенные семена, саженцы и посадочные материалы; агрологистические услуги; агрометеорологическую информацию, тестирование почвы, борьбу с саранчой и защиту растений.

Всемирный Банк одобрил дополнительное финансирование гранта в размере 50 млн. долларов США из средств IDA20 Механизма реагирования на кризисные ситуации (CRW ERF) в качестве дополнительного финансирования ППУСХ (ППУСХ ДФ). Целью развития ДФ проекта ППУСХ является укрепление основ для более устойчивого сельскохозяйственного сектора и поддержка чрезвычайных мер для продовольственной безопасности и питания в Таджикистане. Проект предоставит дополнительное финансирование для следующих компонентов: укрепление систем семян, рассады и посадочного материала; поддержка инвестиций в агрологистические центры (АЛЦ) для цепочек создания стоимости в садоводстве; укрепление общественного потенциала по предотвращению кризисов и их управлению; улучшение питания, а также для управления и координации проектов по улучшению питания, управления проектами и координация.

Мероприятия проекта в области питания направлены на внесение значительного вклада в достижение Национальной Стратегии Развития на период до 2030 года, в частности на Стратегическую Цель Развития 3: *Продовольственная и Пищевая Безопасность и Обеспечение Доступа Населения к Высококачественному Питанию*. Кроме того, они будут способствовать реализации ключевых законодательных рамок, таких как Кодекс здравоохранения Республики Таджикистан и Закон «Об обеспечении доступа населения к обогащенным продуктам питания». Более того, проект соответствует *Многоотраслевому плану действий по питанию Республики Таджикистан (2021-2025 годы)*, *Национальной программе по профилактике дефицита микронутриентов и связанных с ним заболеваний среди населения Республики Таджикистан (2022-2027 годы)* (мероприятия 15 и 17), а также *Национальной Коммуникационной Стратегии для Социальных и Поведенческих Изменений в течение Первых 1000 Дней* наряду с другими соответствующими национальными программами и политикой.

Ключевым мероприятием в рамках *Многоотраслевого плана действий по питанию Республики Таджикистан (2021-2025 годы)*, поддерживаемого через ДФ ППУСХ, является повышение осведомленности о важности здорового и разнообразного питания и потребления микронутриентов; последствиях недоедания и дефицита микронутриентов, надлежащие практики ПГМД и других важнейших направлений питания. Именно в этом контексте ведется поиск Поставщика Услуг для создания комплексного медиа-пакета и проведения эффективной коммуникационной (информационной) кампании по вопросам питания.

2. ЦЕЛИ ЗАДАНИЯ

Разработать комплексный медиа-пакет и провести эффективную коммуникационную (информационную) кампанию по питанию, как указано в Многоотраслевом плане действий по питанию Республики Таджикистан (2021-2025 годы) в качестве обязанности Министерства сельского хозяйства. Проект будет реализован на территории Республики Таджикистан в четырех областях (Согдийская, Хатлонская, Районы республиканского подчинения и ГБАО). Всего планируется охватить 65 районов Республики Таджикистан. Основной целевой аудиторией проекта станут: сотрудники Министерства сельского хозяйства и производители сельскохозяйственной продукции (фермеры). Медиа-кампания должна косвенно затрагивать все слои общества, распределенные по географическому, демографическому и социально-экономическому признакам.

3. Объем работы

От фирмы-консультанта ожидается проведение эффективной, тщательно спланированной и реализованной коммуникационной кампании. Кампания должна повысить осведомленность о важности здорового и разнообразного питания, потребления микроэлементов и обогащения продуктов питания; о последствиях недоедания и дефицита микронутриентов, о надлежащих практиках ПГМД и о других важнейших направлений питания. Это предполагает выполнение следующих задач:

- i. Сбор имеющейся информации, коммуникационных материалов и их анализ для предотвращения повторений и выявления пробелов.
- ii. Определение целевой аудитории и ключевых сфер информационной кампании (основные приоритетные направления, которые необходимо продвигать, пропагандируя обогащенные продукты питания для снижения дефицита МН) на основе Национальной стратегии для Поведенческих Изменений в течение Первых **1000** Дней; а также для содействия внедрению продуктов питания, обогащенных микронутриентами, разработки материалов для продвижения обогащения продуктов питания.
- iii. Разработка подробной стратегии информационной кампании с описанием целей, задач, целевой аудитории, формата ключевых сообщений, каналов распространения и сроков, которая должна быть утверждена ЦУП.
- iv. Создание комплексного медиа пакета в соответствии со стратегией, включая подробное описание предлагаемых информационных и разъяснительных мероприятий (с указанием сроков, каналов, целевой аудитории, ответственных и партнерских организаций (СМИ, гражданский сектор, муниципальные власти в регионах).
- v. В рамках комплексного медиа пакета предусмотреть создание различных медиа материалов, таких как брошюры, листовки и посты в социальных сетях.
- vi. Необходимо наладить партнерские отношения со средствами массовой информации, включая телевизионные каналы, радиостанции, газеты, журналы и онлайн-платформы для распространения информации о питании с помощью рекламы, статей, интервью и спонсорского контента.
- vii. Запустить информационную кампанию в СМИ, используя сочетание печатных, электронных и цифровых каналов СМИ (телеканалы: «Таджикистан», «Джахоннамо», радиоканалы: «Садои Душанбе», печатные СМИ: «Джумхурият», «Садои Душанбе», социальные сети: Facebook, YouTube, официальные сайты Министерства сельского хозяйства и Государственного учреждения «Развитие предпринимательства в сельском хозяйстве» для охвата широкой аудитории в различных демографических группах и

географических регионах. Информационный пакет для СМИ должен быть одобрен со стороны ЦУП до его предоставления и должен быть приемлемым для Всемирного Банка.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТЫ

№	Название деятельности	Содержание результата	Время подачи заявления с момента вступления контракта в силу
1	Первоначальный отчет	Предварительный план работы, включающий стратегию оценки, методологию выборки для оценки показателей. Также: окончательные версии опросников на русском, таджикском и английском языках	2 недели после подписания контракта
2	Пакет коммуникационной кампании в СМИ	документ, отражающий уроки, извлеченные из анализа существующих коммуникационных материалов	2-3 недели после подписания контракта
3	Пакет коммуникационной кампании для СМИ	ряд текстовых, аудио- и визуальных документов, содержащих подробную информацию о проекте	3-4 недели после подписания контракта
4	Информационно-коммуникационная кампания на национальном и региональном уровнях и продвижение через онлайн-СМИ, социальные медиа-платформы (Facebook, Instagram, Twitter); традиционные и интернет-СМИ	комплекс мер и мероприятий информационного, коммуникативного и организационного характера для реализации поставленной задачи в области воздействия на общественное мнение и поведение целевой аудитории	во время выполнения контракта
5	<u>Ежемесячные отчеты</u>	Ежемесячные отчеты должны быть представлены не позднее 5 числа следующего месяца и согласованы со специалистом по питанию и заместителем директора/ координатором проекта. Отчеты должны включать описание деталей проделанной работы, фотографии и последующие действия, которые необходимо предпринять.	Ежемесячно в ходе выполнения контракта
6	Подготовить и опубликовать не менее 100 статей в агентствах новостей, национальных и региональных печатных СМИ; не менее 10 сюжетов,	серия публикаций	в ходе выполнения контракта

	не менее 3 интервью на национальных и региональных телеканалах, не менее 100 постов на каждой из социальных медиа-платформ на каждом из необходимых языков.		
7	Разработать и проводить региональные информационные кампании и акции во всех регионах, где реализуется проект	серия семинаров и тренингов для повышения осведомленности	в ходе выполнения контракта
8	Отчет о завершенной кампании по распространению информации и СМИ (<u>Заключительный отчет</u>).	Отчет включает всю выполненную работу по заданию, достигнутые результаты, выводы и рекомендации. Консультант должен предоставить электронную версию и 2 печатных экземпляра всех вышеуказанных отчетов на таджикском и английском языках. В случае выявления недостатков или невыполнения всех договорных обязательств нанятый поставщик услуг обязан завершить свою работу без дополнительной оплаты со стороны ЦУП. Заместитель директора/Координатор проекта ЦУП AED принимает или отклоняет (с указанием причин) отчеты и сообщает об этом не позднее 10 рабочих дней после их получения.	за 2 недели до окончания контракта

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ОТЧЕТНОСТЬ

Поставщик услуг подчиняется руководству ЦУП и будет работать в тесном сотрудничестве со специалистами ЦУП, партнерами и другими заинтересованными сторонами проекта. Деятельность консультанта будет координироваться специалистом по питанию ЦУП.

Ответственность:

Поставщик услуг несет полную ответственность за точность предоставленной информации и своевременную поставку материалов. Кроме того, поставщик несет исключительную ответственность за все услуги устного и письменного перевода.

Поставщик услуг также:

- Обеспечивает полное соблюдение политик и процедур информационной безопасности бенефициаров;
- координирует свои действия с ЦУП;
- сотрудничает с партнерами по проекту по предварительному согласованию с ЦУП;
- обеспечивает безусловное выполнение требований, предусмотренных Техническим заданием;
- Исполнитель не должен предоставлять результаты своей работы третьим лицам без предварительного согласования с ЦУП;
- Исполнитель не должен разглашать без предварительного письменного согласия ЦУП содержание технической документации, предоставленной Заказчиком или от его имени другим лицам за исключением персонала, привлеченного Исполнителем для выполнения условий Контракта. Указанная информация должна предоставляться этому персоналу конфиденциально и в объеме, необходимом для выполнения обязательств;
- Исполнитель не должен использовать какие-либо из вышеуказанных документов и информацию без предварительного письменного согласия Заказчика за исключением целей выполнения Контракта;
- ЦУП оставляет за собой право изменять техническое задание в объеме, не превышающем 20 процентов, что не влияет на стоимость выполнения услуг;
- Исполнитель обязуется выполнить объем работ, предусмотренный настоящим Техническим заданием, не нарушая законодательства РТ в области авторских и смежных прав, а также иных нормативных правовых актов;
- На любом этапе выполнения Технического задания Поставщик должен предоставить беспрепятственный доступ к документам и материалам ЦУП для мониторинга и оценки качества услуг Поставщика;
- ЦУП может осуществлять мониторинг и проверку оказываемых Услуг на соответствие требованиям, указанным в Техническом задании. В случае выявления несоответствия требованиям Технического задания Поставщик обязан принять меры по устранению несоответствия требованиям Технического задания без дополнительной оплаты в течение 10 (десяти) рабочих дней с момента получения комментариев.

Ключевые моменты работы:

Создание устойчивого информационного поля как в цифровой среде, так и непосредственно среди бенефициаров проекта, направленного на формирование убеждений, знаний о питании.

6. СОСТАВ КОМАНДЫ И КВАЛИФИКАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКУ УСЛУГ И К ОСНОВНЫМ ЭКСПЕРТАМ

1. Не менее 5 лет опыта работы в области коммуникации и повышения осведомленности, проведения информационных и разъяснительных мероприятий (включая цифровые кампании) в поддержку реализации информационных проектов
2. Не менее 3 лет опыта проведения кампаний в СМИ для проектов, финансируемых Всемирным Банком или другими донорскими организациями.
3. Опыт работы с государственными и/или **неправительственные** организациями по предоставлению аналогичных услуг. Опыт работы с международными организациями будет преимуществом.

Наличие квалифицированного персонала со следующими профилями и компетенциями:

- **Менеджер проекта:** высшее образование в области управления бизнесом, государственного управления и смежных наук; опыт управления проектами не менее 5 лет; знание русского и таджикского языков, знание английского языка будет считаться преимуществом;
- **Аналитик:** высшее образование в области технических/ экономических/ социальных наук; опыт управления проектами не менее 1 года; опыт реализации социальных проектов (не менее 1 года). Высокий уровень владения компьютером (Microsoft Office, Internet). Навыки деловой переписки, общения и презентации. Знание государственного, русского и английского языков.
- **SMM-менеджер:** высшее образование в области социальных дисциплин, связей с общественностью или смежных областях, опыт работы в сфере продвижения в социальных сетях не менее 3 лет. Умение оформлять аккаунты, составлять план содержания и писать тексты, разрабатывать визуальные материалы, сотрудничать с блогерами, продумывать конкурсы, розыгрыши и акции, настраивать и запускать целевую рекламу, анализировать результаты продвижения;
- **Журналист:** высшее образование в области журналистики, маркетинга, связей с общественностью или в смежных областях, опыт работы в сфере журналистики/ маркетинга, связей с общественностью или смежных областях не менее 5 лет. Опыт написания материалов для прессы, интервью, подготовки материалов для СМИ (печатные СМИ, телевидение), выступлений и презентаций не менее 3 лет.
- **Специалист по тренингам:** высшее образование в области педагогики, психологии или в смежных областях. Опыт работы по специальности не менее 3 лет, знание методов и принципов обучения. Навыки создания программ тренингов, написания модулей тренингов, организации тренингов, координации и проведения сессий тренингов с привлечением внешних тренеров, оценки эффективности тренингов и сбора отзывов.
- Специалист по связям с общественностью:** высшее образование в области журналистики, маркетинга, связей с общественностью или смежных специальностей. Опыт реализации политики организации в области связей с общественностью и ее отдельных этапов. Навыки разработки конкретных планов внутренней и внешней политики организации в области связей с общественностью. Подготовка и проведение брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационного и рекламного характера, проводимых с участием представителей СМИ и общественности. Подготовка пресс-релизов и других информационных материалов для представителей СМИ.

7. ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЗАДАНИЯ

Продолжительность задания составляет 12 месяцев.