**Техническое задание**

**Информационно-коммуникационная кампания по популяризации интегрированных дистанционных услуг (онлайн консультирование) на базе МЦЗ среди подростков**

**в 5 регионах страны**

1. **Введение**

 Национальный центр общественного здравоохранения является подведомственной организацией Министерства здравоохранения Республики Казахстан с миссией укрепления общественного здоровья и благополучия, сокращения неравенств путем воздействия на детерминанты здоровья. В рамках реализации задач согласно рабочему плану с ЮНИСЕФ на 2022-2023 годы «Повышение потенциала секторов здравоохранения и образования в отношении обеспечения доступа к услугам водоснабжения, санитарии и гигиены, интегрированным дистанционным услугам здравоохранения и психосоциальной поддержки для подростков, иммунизации детей и безопасной окружающей среде» НЦОЗ МЗ РК объявляет данный Запрос на подачу конкурсных предложений для проведения коммуникационной кампании с целью популяризации интегрированных дистанционных услуг (онлайн консультирование) на базе МЦЗ среди подростков в 5 регионах страны.В Казахстане имеются все предпосылки, включая политическую поддержку правительства и необходимую нормативную базу, для развития системы оказания дистанционных медицинских и социальных услуг через цифровые онлайн-платформы. Кодекс Республики Казахстан «О здоровье народа и системе здравоохранения» содержит положения о телемедицине и дистанционных медицинских услугах. В соответствии с кодексом при поддержке ЮНИСЕФ были разработаны 2 отраслевых приказа о «Порядке оказания дистанционных медицинских услуг» и «Об утверждении правил организации медицинской помощи по охране репродуктивного и психического здоровья несовершеннолетних в возрасте от десяти до восемнадцати лет и молодежи».

В стране функционирует сеть Молодежных центров здоровья (МЦЗ), однако период пандемии COVID-19 выявил их низкий потенциал и устойчивость. Зачастую, оказание услуг подросткам имеет формальный характер, чрезмерно медикализированно и не дружественно к молодежи. Это приводит к низкому качеству услуг и их нацеленности лишь на достижение охвата. Оказание дистанционных услуг в области охраны здоровья подростков через цифровые онлайн-платформы позволило бы расширить доступ к таким услугам для детей, подростков, родителей/опекунов, семей и целых сообществ, включая наиболее уязвимые группы населения. Расширение доступа к услугам здравоохранения также позволит ускорить достижение ЦУР 3.

Несмотря на то, что подростковый возраст считается здоровым этапом жизни, среди подростков отмечаются значительные показатели смертности, заболеваемости и травматизма. Многое из этого поддается профилактике или лечению. На этом этапе подростки вырабатывают такие модели поведения — например, связанные с питанием, физической активностью, употреблением психоактивных веществ и половой жизнью, — которые могут защитить их здоровье и здоровье окружающих людей или подвергнуть их здоровье риску в настоящем и будущем.

 Для здорового роста и развития подростки нуждаются в информации, включая соответствующее их возрасту всестороннее половое просвещение; возможностях для развития жизненных навыков; медико-санитарных услугах, которые были бы приемлемыми, равнодоступными, надлежащими и эффективными; и безопасной и благоприятной окружающей среды. Им также необходимы возможности для конструктивного участия в разработке и осуществлении мероприятий по укреплению и поддержанию своего здоровья. Расширение таких возможностей имеет важнейшее значение для удовлетворения конкретных потребностей и соблюдения прав подростков.

 По данным исследования HBSC проведенном в Казахстане 2018 году было установлено, что 11-летние подростки в большей степени ощущают поддержку семьи, сверстников, учителей и одноклассников, реже пользуются электронными средствами коммуникаций, школа им очень нравится и они легче переносят школьные нагрузки. Однако по мере взросления к 15 годам снижаются уровни поддержки семьи, сверстников, учителей, ухудшается общение с родителями, но увеличивается использование электронных средств коммуникаций. Рискованное поведение, такое как приобщение к курению сигарет, употреблению электронных сигарет, алкоголю, опыту опьянения имеет тенденцию к увеличению с возрастом подростков. При разработке мероприятий по охране здоровья подростков необходимо обращать внимание на улучшение коммуникаций в семье по мере взросления, укрепление благоприятной школьной среды, обучение гигиене полости рта. Требуется усиление работы по укреплению сексуального и репродуктивного здоровья подростков.

 В связи с высокой потребностью в решении вопросов здоровья и благополучия подростков в Казахстане функционируют Молодежные Центры Здоровья (далее- МЦЗ). Основная цель МЦЗ – сохранение здоровья и обеспечение благоприятных условий для социализации подростков и молодежи, путем предоставления высококвалифицированной медико-психосоциальной и бесплатной медико-социальной помощи подросткам и молодежи. Однако период пандемии показал некоторые аспекты, связанные с их слабым потенциалом и устойчивостью. Оказание дистанционных услуг в области охраны здоровья подростков через цифровые онлайн-платформы позволило бы расширить доступ к таким услугам для детей, подростков, родителей-опекунов, семей и целых сообществ, включая наиболее уязвимые группы населения. Дистанционное консультирование является одним из способов оказания помощи подросткам посредством видео-, аудиосвязи, обмена текстовой информацией и медицинскими данными. Оказание дистанционных услуг позволяет повысить доступность медицинского консультирования и информации также устраняет различные барьеры предоставления медицинских услуг.

 С этой целью в 2021- 2022 гг. в Туркестанской области на базе МЦЗ был осуществлено пилотирование оказания интегрированных дистанционных услуг (онлайн-консультирование) для подростков. Благодаря этому подростки, в том числе наиболее уязвимые группы, получили доступ к качественной информации и дистанционным медико-социальным услугам для успешного перехода во взрослую жизнь. Всего в период с май по сентябрь 2022 года в Туркестанской области дистанционные услуги МЦЗ получили 195 подростков в возрасте 10-18 лет в Сарыагашском, Казгуртском, Ленгерском, Сайрамском, Ордабасинском, Отырарском, Туркестанском, Кентауском и Сузакском районах.

 В рамках реализации текущего рабочего плана НЦОЗ-ЮНИСЕФ, планируется масштабирование данного опыта и внедрение интегрированных дистанционных услуг здравоохранения и психосоциальной поддержки для подростков (включая подростков с ВИЧ и другими хроническими заболеваниями) на базе МЦЗ в 5 регионах страны (Алматинская, Кызылординская, Карагандинская, Восточно-Казахстанская области и город Алматы).

 Для обеспечения охвата подростков и продвижения информации о возможности получения дистанционных услуг на базе МЦЗ в 5 регионах страны, НЦОЗ МЗ РК в сотрудничестве с ЮНИСЕФ планирует провести информационную кампанию. С этой целью будет разработана информационно-коммуникационная стратегия, направленная на популяризацию интегрированных дистанционных услуг на базе МЦЗ среди подростков в 5 регионах, мотивирование подростков на обращение за дистанционными услугами в случае возникновении различных проблем связанных со здоровьем и с благополучием в целом и повышение количества обращающихся подростков за помощью в МЦЗ. Заказчик предоставит выбранному Поставщику полный список доступных дистанционных услуг и детальный способ их получения подростками.

1. **Цель Задания**

Общей целью задания является оказание услуг по планированию и проведению информационной кампании по популяризации интегрированных дистанционных услуг на базе МЦЗ среди подростков в 5 регионах страны.

1. **Цель коммуникационной кампаний**

 **Цели коммуникационной кампании по популяризации интегрированных дистанционных услуг (онлайн-консультирование) для подростков:**

* повышение осведомленности подростков об МЦЗ и возможности получения дистанционных услуг (онлайн-консультировании) на базе МЦЗ.
* повышение имиджа МЦЗ в качестве организации дружественной подросткам, оказывающей качественные медико-социальные услуги (в том числе конфиденциально), а также услуги по информированию по вопросам здоровья, благополучия и развития. об интегрированных.
* повышение осведомленности подростков о возможности получения первичной консультации (в том числе конфиденциально) в МЦЗ без информированного согласия родителей вне зависимости от возраста.
* мотивирование подростков на обращение за дистанционными услугами в случае возникновении проблем, связанных со здоровьем и с благополучием в целом.
* повышение количества подростков, обращающихся за дистанционными услугами в МЦЗ.
1. **Основные задачи**

Совместно с экспертом НЦОЗ и другими заинтересованными сторонами выполнить следующие задачи:

* + - * Разработка коммуникационной стратегии (цели, задачи, целевые аудитории, тактики, бюджет, месседжи, методы оценки и мониторинга);
			* Разработка коммуникационных материалов (могут включать: материалы для СМИ, контент-план для соц сетей, включая вижуалы, видео/фото-материалы/тиктоки, тексты для рекламы в соц сетях) согласно выбранной стратегии;
			* Разработать и распростронить ключевые коммуникационные сообщения кампании;
			* Разработать детальный план реализации стратегии с указанием целевой аудитории с учетом особенности каждого региона, коммуникационного мероприятия\действия, месседжей, канала коммуникации, период реализации;
			* Реализовать разработанную стратегию.
			* Подготовить детальный отчет о проведенной работе с указанием достижения поставленных задач и целей. Отчет должен обязательно содержать информацию о кол-ве проинформированных подростков, охватах, вовлечении, кол-ве просмотров и других индикаторах, указанных в стратегии в разделе «Мониторинг и оценка».
1. **Разработка ключевых сообщений**

Ключевые сообщения могут быть двух категорий:

1. Информационные и образовательные;
2. Вовлекающие и мотивирующие.

Ключевые сообщения будут направлены на:

1. Обеспечение подростков необходимой информацией о дистанционных услугах МЦЗ;
2. Построение доверительной и прочной коммуникации с подростками;
3. Влияние/стимулирование подростков за обращением за дистанционными услунами на базе МЦЗ.

Ключевые посылы кампании по популяризации интегрированных дистанционных услуг на базе МЦЗ:

1. Всегда есть возможность получить медицинское консультирование дистанционно, без траты средств и времени на дорогу.
2. Дистанционные услуги производятся профессионалами.
3. Следует обращаться за консультированием и помощью при наличии проблем со здоровьем.

Ключевые посылы должны быть адаптированы для целевой аудитории.

1. **Географический охват**

Данная информационно-коммуникационная стратегия направлена на популяризацию интегрированных дистанционных услуг на базе МЦЗ среди подростков в 5 регионах страны: Алматинская, Кызылординская, Карагандинская, Восточно-Казахстанская области и город Алматы.

1. **Аудитория**

Целевой аудиторией информационной кампании являются подростки от 10 до 19 лет, а также их родители.

Подростковый возраст может быть разделен на 3 подгруппы:

* Ранний подростковый возраст (10-13 лет);
* Средний подростковый возраст (14-16 лет);
* Поздний подростковый возраст (17-19 лет).

Родители/опекуны также являются целевой аудиторией так как они основная группа людей, которые могут повлиять на подростков и часто принимают решения/ помогают советами своим детям относительно вопросов здоровья.

1. **Конкретные задачи и конечные результаты:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Конкретные задачи** | **Конечные результаты** | **Срок** |
| **Этап подготовки и планирования** |
| * + - 1. Разработка коммуникационной стратегии (стратегия должна включать в себя цели, задачи, целевые аудитории, тактики, бюджет, месседжи, методы оценки и мониторинга);
 | Коммуникационная стратегия разработана и утверждена НЦОЗ и ЮНИСЕФ.  | **Ноябрь-декабрь 2022 г.** |
| * + - 1. Разработка коммуникационных материалов (могут включать: материалы для СМИ, контент-план для соц сетей, включая вижуалы, видео/фото-материалы/тиктоки, тексты для рекламы в соц сетях) согласно выбранной стратегии
 | Разработаны коммуникационные материалы согласно стратегии.  | **Декабрь 2022 г.** |
| * 1. Разработать детальный план реализации стратегии с указанием целевой аудитории с учетом особенности каждого региона, коммуникационного мероприятия\действия, месседжей, канала коммуникации, период реализации;
 | Разработан план реализации стратегии.  | **Январь 2022 г.**  |
| **Этап реализации** |
| * + - * Разработать и распростронить ключевые коммуникационные сообщения кампании;
 | Разработаны ключевые сообщения, переданы НЦОЗ для апробирования, после апробирования и одобрения НЦОЗ распространены по целевым аудиториям.  | **Январь 2023 г.** |
| * + - * Реализовать разработанную стратегию.
 | Реализована коммуникационная стратегия. | **Февраль-март 2023 г.** |
| * + - * Подготовить детальный отчет о проведенной работе с указанием достижения поставленных задач и целей. Отчет должен обязательно содержать информацию о кол-ве проинформированных подростков, охватах, вовлечении, кол-ве просмотров и других индикаторах, указанных в стратегии в разделе «Мониторинг и оценка».
 | Детальный отчет, включающий всю необходимую информацию, предоставлен.  | **Апрель 2023 г.**  |

Все подготовленные материалы должны быть согласованы и одобрены НЦОЗ МЗ РК и ЮНИСЕФ в Казахстане до их публичного размещения.

1. **Временные рамки**

Предложение должно включать ориентировочный график реализации работ.

Крайний срок сдачи окончательных результатов – апрель 2023 года.

1. **Бюджет**

Бюджет, выделенный на проведение кампании, составляет – 7,000,000.

1. **Программное обеспечение и оборудование (серверы и лицензии)**

НЦОЗ не предоставляет оборудование, программное обеспечение и т.д. для создания коммуникационных материалов. Заинтересованные кандидаты должны обеспечить наличие оборудования и программного обеспечения, необходимых для разработки коммуникационных материалов.

1. **Запрос на подачу конкурсных предложений**

НЦОЗ МЗ РК запрашивает предложения от квалифицированных компаний для помощи в разработке и реализации коммуникационной кампаний по популяризации дистанционных услуг МЦЗ. От компании ожидается тесное сотрудничество с НЦОЗ и заинтересованными сторонами, которые будут распространять ключевые посылы, интегрируя их в свою работу с общественностью.

Предложение должно содержать следующие документы:

1. Свидетельство о государственной регистрации юридического лица.

2. Справка о наличии счета в обслуживающем банке.

3. Профиль организации с описанием деятельности и опыта работы.

4. Перечень предлагаемой рабочей группы по оказанию закупаемых услуг согласно ТЗ с указанием функциональной роли в группе. Финальный состав рабочей группы будет назначен и утвержден после подписания контракта по согласованию с Заказчиком. Каждый специалист в рабочей группе должен обладать соответствующим опытом работы не менее 2 лет. К перечню должны быть приложены резюме для всех членов рабочей группы. Для дизайнера, SMM-специалиста, должны быть предоставлены ссылки на их предыдущие работы/аккаунты в соц сетях, которые вел/ведет данный специалист.

5. Портфолио проведенных ранее информационных кампаний схожего формата (минимум 2), как описано в настоящем техническом задании.

6. Техническое предложение по выполнению ТЗ (краткое описание).

В дополнение к Техническому предложению компании должно быть предоставлено Финансовое предложение, заполненное согласно предоставленному шаблону. Финансовое предложение с указанием полной установленной суммы контракта, включая все расходы, а также их детальная разбивка, должны быть отправлены отдельным файлом в не редактируемом формате (PDF).

1. **Требуемый уровень квалификации и специальных знаний/опыта**
* Компания, оказывающая комплексный спектр коммуникационных и консалтинговых услуг, включая разработку коммуникационных стратегий, услуги по пиару, SMM, графическому дизайну.Компания со знанием таргетной рекламы, контекстной рекламы, а также инструментов как Google Ads и другие. Навыки SMM (включая работу в TikTok с молодежной аудиторией), умение работать с инструментами фото/видео редактирования. Необходимо наличие узких специалистов в команде либо по субконтракту – СММ-щик (со знанием работы в TikTok), копирайтер, таргетолог (наличие этого специалиста будет преимуществом), дизайнер. Умение писать грамотные и привлекательные тексты для молодежной аудитории. Знание английского (для ознакомления с материалами, предоставленными ЮНИСЕФ на английском языке) и русского языков обязательно.
* Компания с опытом разработки стратегий информационных кампаний для молодежной аудитории.
* Компания знакомая с коммуникационными потребностями и практикой в отношении подростков и молодежи.
* Компания, обладающая отличными навыками письма и презентации материала на казахском и русском языках.
* Компания должна назначить одно контактное лицо, ответственное за общение с Заказчиком. Контактное лицо должно быть доступно для клиента посредством мобильной связи и электронной почты.
* Компания должна быть готова воспроизвести любые продукты за свой счет, если их качество не соответствует качеству, указанному в заказе, отправленном Заказчиком.
* Компания должна иметь как минимум 3 года опыта в области предоставления комплексных коммуникационных и консалтинговых услуг.
* Способность организовать и планировать комплексную работу в соответствии с установленным графиком;
* Обязателен предыдущий опыт работы по информационным проектам на молодежную аудиторию.

**График платежей**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Конечные результаты** | **Оплата, %** |
| 1 | После проведения кампании, представления отчета о проделанной работе и представления финансового отчета | 100% |
| Апрель 2023 |

**Подготовлен:**

**Меруерт Нурлыбеккызы, Главный специалист отдела по работе с международными организациями**

**Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Согласован:**

**Алтынай Беембетова, Руководитель отдела по работе с международными организациями**

**Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Утвержден:**

**Жанар Калмакова, И.О. Председателя Правления НЦОЗ МЗ РК**

**Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**