**ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ НА «ПОСЛУГИ З КОМУНІКАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОГО СТАНДАРТУ ВЧИТЕЛЯ»**

1. **Базова інформація**

«Навчаємось разом» – це чотирирічний проєкт співпраці, який стартував між Україною та Фінляндією влітку 2018 року. Наразі роботу за проєктом планується завершити до липня 2022 року. Він реалізується компанією FCG International.

Проєкт орієнтований на підтримку реформи Нової української школи (НУШ), особливо в галузі початкової освіти, і поділений на три основні кластери та міжсекторальні елементи. Три кластери: (1) підготовка вчителів, (2) популяризація освіти та (3) освітнє середовище.

Наразі «Навчаємось разом» прагне укласти контракт з кваліфікованою та досвідченою медіа-компанією або іншою відповідною організацією для виконання завдання, пов'язаного з розробленням та проведенням комунікаційної кампанії стосовно нового професійного стандарту вчителя. Це технічне завдання (ТЗ) є запрошенням надати конкурсні пропозиції для виконання цього завдання. Це завдання має на меті популяризацію освіти.

У рамках реформи Нової української школи Міністерство освіти і науки розробило новий професійний стандарт вчителя за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти» та «Вчитель закладу загальної середньої освіти». Цей Стандарт буде впроваджений і набуде чинності з початку 2021-2022 навчального року (вересень 2021 року).

Кампанія є частиною комунікаційного плану 2021 року проєкту «Навчаємось разом».

1. **Мета**

Завдання постачальника послуг полягатиме в тому, щоб запропонувати комунікаційну кампанію з метою додаткового детального роз'яснення Нового професійного стандарту вчителя для цільової аудиторії за допомогою кампанії в засобах масової інформації та серії роз'яснень.

Цільовими аудиторіями стануть батьки, вчителі, заклади вищої освіти (ЗВО), інститути післядипломної педагогічної освіти (ІППО) та Центри професійного розвитку (ЦПР).

Основна мета інформаційних продуктів – детальніше роз’яснити цільовим аудиторіям сутність загальних і професійних компетентностей, зазначених у професійному стандарті вчителя, відповідно до ключових компетентностей учнів та основних принципів концепції Нової української школи. Крім того, важливо показати значення Стандарту як дієвого інструменту в процесі професійного розвитку педагогів, що відповідає потребам сучасного світу.

Ще однією метою таких роз'яснень було б залучення та ознайомлення вчителів з новим професійним стандартом вчителя, надання практичних інструментів для реалізації нового стандарту, включаючи найкращі підходи до самооцінювання з урахуванням нових вимог.

Мета інформаційних продуктів-пояснень:

* для ЗВО, ІППО та ЦПР полягатиме в тому, щоб продемонструвати вчителям способи використання професійного стандарту у їхній роботі. Для ЗВО - розробка своїх освітніх програм підготовки вчителів, для ІППО – розробка програм підвищення кваліфікації вчителів, для ЦПР – робота з вчителями на основі професійного стандарту вчителя.
* для батьків і ширшої громадськості – у доступній формі показати професійний профіль сучасного вчителя в контексті концепції Нової української школи, його зв’язок з ключовими компетентностями учнів, які навчаються за новими освітніми стандартами.

Постачальник послуг повинен дослідити та включити у інформаційні продукти-пояснення кращі фінські практики професійного розвитку вчителів в професії вчителя.

Комунікаційна кампанія повинна початися у вересні 2021 року та тривати до червня 2022 року.

**Цільові групи:** 1) фахівці у галузі освіти (вчителі початкових і загальноосвітніх шкіл, директори шкіл, викладачі педагогічних ЗВО, викладачі ІППО та педагогічні працівники Центрів професійного розвитку); 2) загальна аудиторія (батьки).

Координацію та нагляд за кампанією здійснюватимуть співробітники проєкту «Навчаємось разом» і МОН.

1. **Обсяг робіт**

З постачальником послуг буде укладено контракт, в рамках якого постачальник буде:

* 1. виробляти й ефективно поширювати серію роз'яснень серед цільової аудиторії – вчителів початкових і середніх шкіл, а також батьків – в різних формах, включаючи, але не обмежуючись ними, інфографіки, відео, інтерв'ю, історії успіху тощо.

Нижче вказані теми наведені лише до прикладу та не є обов'язковими / усталеними. Постачальник послуг у своїй креативній пропозиції може запропонувати свій набір тем. Теми таких інформаційних матеріалів-пояснювачів можуть включати в себе кілька продуктів:

* загальний відеоролик для всіх аудиторій кампанії, який у доступній формі роз’яснить що є новий професійний стандарт вчителя;
* відео-ролик «Самооцінювання на основі професійного стандарту вчителя як перший крок у процесі професійного розвитку педагога»;
* короткі відеоролики про стандарти з можливими темами: пояснення «Що це за стандарти? Навіщо вони потрібні? Чому встановлюються ці стандарти? Які компетентності слід розвивати? Як розвивати ті чи інші компетентності?», «Як використовувати стандарт?»
* Такі відео-ролики (не більш 10 хв. за розміром) мають розкрити 15 компетенцій професійних та 8 загальних (на прикладах)
* у відео можуть бути використані інфографічні матеріали та інші візуальні матеріали;
* короткі відеоролики або інтерв'ю про те, як професійний стандарт вчителя може бути використаний у вищих навчальних закладах, інститутах післядипломної педагогічної освіти і Центрах професійного розвитку.

Інформаційні матеріали кампанії можуть бути об’єднані у будь-який інтерактивний сучасний онлайн-формат. Наприклад, посадкової онлайн-сторінки, освітнього курсу, онлайн-платформи та ін.

* 1. Медійна кампанія «Новий професійний стандарт учителя» у партнерстві з національними каналами масової інформації (телебачення, радіо, преса, соціальні мережі).
	2. Концептуалізація, структура, формат і дизайн всіх інформаційних матеріалів і заходів кампанії. Це може включати проведення комунікації з використанням відповідних засобів масової інформації, таких, як друк і плакати, реклама у медіа (в газетах, радіо, телебачення), веб-кампанії, кампанії у соціальних мережах, заходи з управління знаннями, такі, як практикуми та семінари.
	3. Залучення: до цієї кампанії постачальник послуг може залучати адміністрацію шкіл, вчителів пілотних шкіл НУШ, які вже успішно працювали в рамках реформи Нової української школи.
	4. Дотримання візуальної ідентичності: у всіх інформаційних матеріалах ролі та візуальна ідентичність Проєкту «Навчаємось разом» та МОН повинні бути чітко зазначені та відповідати Керівним принципам візуальної ідентичності Проєкту, що буде надана.
	5. Співпрацювати з представниками Проєкту «Навчаємось разом» та з прес-службою МОН у підготовці прес-релізів, блогів, брошур, а також організація прес-брифінгів (за потреби), медіа-візитів та статей у ЗМІ.
	6. Співпрацювати з іншими можливими суб'єктами, такими як НУО, аналітичні центри, компанії, бренди, бізнес, медіа-фахівці, ключові лідери суспільної думки та донори.
	7. Документувати та звітувати про діяльність, що висвітлює прогрес, досягнення та вплив кампанії.
1. **Очікувані результати**

Постачальник послуг має реалізувати наступні результати:

* 1. розробити креативні ідеї та концепцію, зазначити очікувані ключові показники ефективності (проміжних і кінцевих результатів) кампанії;
	2. підхід, заснований на правах людини (HRBA), і включення вразливих груп повинні бути враховані в творчій концепції;
	3. представити ідеї та комунікаційний план кампанії в засобах масової інформації;
	4. представити ключові ідеї кампанії та пояснення, як їх реалізація може бути виміряна за допомогою ключових показників ефективності (KPI).
	5. скласти звіт про початковий етап з описом етапів кампанії, діяльності, включаючи план реалізації, точні часові рамки.
	6. реалізувати кампанію;
	7. складати щомісячні звіти про хід виконання кожного завдання кожного етапу та узгоджувати їх із Комунікаційним експертом Проєкту.
	8. представити остаточний звіт, в якому будуть відображені використана методологія, проведені заходи, успіхи, проблеми, результати (заплановані та незаплановані), отримані уроки та майбутні рекомендації.
1. **Бюджет**

Максимальний загальний бюджет, передбачений для виконання цього завдання, становить 40 000 євро. Бюджет, деталі завдання, умови і положення будуть вказані в договорі між FCG International Ltd (Замовником) і постачальником послуг. Оплата буде здійснюватись поетапно після затвердження ключових результатів Групою управління проєктом.

1. **6. Вимоги до надання пропозицій**

Пропозиція повинна включати наступне:

* 1. Технічна пропозиція обсягом не більше 10 сторінок, включаючи передбачуваний підхід, ключові показники ефективності і заплановані заходи управління кампанією, включаючи оперативний план роботи з зазначенням строків. Пропозиція повинна бути написана англійською мовою.
	2. Розбивка витрат

Розбивка витрат повинна включати два окремих розділи: «гонорари експертів» та «інші витрати». Гонорари визначаються за ставками за робочі дні чи робочі місяці. Інші витрати повинні бути розбиті таким чином, щоб відповідати Технічній пропозиції та Плану роботи. Розбивка бюджету повинна бути в євро.

* 1. Резюме консультанта і кожного члена команди (якщо використовується командний підхід).
	2. Офіційні документи, що підтверджують статус організації та документ, що підтверджує фінансові можливості (річний звіт про рух грошових коштів і звіт про фінансові результати) організації.
	3. Копії реєстраційних документів (у тому числі копії свідоцтв про реєстрацію юридичних осіб, які учасник планує залучити для надання послуг, копія податкового свідоцтва; виписка зі Статуту із зазначенням діяльності).

Інші відповідні допоміжні матеріали можуть надаватися як додатки.

1. **Критерії оцінювання**

Пропозиції будуть оцінюватися на основі якості (90%) і ціни (10%).

* 1. Якість пропозиції буде оцінюватися на основі наступного:
		1. Креативна концепція, ідеї, очікувані ключові показники ефективності (проміжні та кінцеві результати) кампанії та комунікаційний план;
		2. Технічна пропозиція:
			+ актуальність підходу та методології впровадження
			+ очікуваний вплив застосування пропонованої методології
		3. Організація:
			+ попередній досвід з аналогічних завдань, принаймні, 2-3 реалізовані загальнонаціональні комунікаційні кампанії, переважно в секторі освіти
			+ доведені знання у сфері освіти або суміжній галузі.
		4. Кваліфікація команди постачальника послуг:
			+ ступінь магістра в галузі зв'язків з громадськістю, журналістики, маркетингу або подібній сфері;
			+ мінімум п'ять років професійного досвіду в галузі медіа-кампаній, розвитку комунікацій, зв'язків з громадськістю, журналістики, маркетингу або в іншій суміжній галузі;
			+ досвід роботи з українськими державними організаціями (в проведенні соціально орієнтованих кампаній);
			+ розуміння специфіки роботи та наявність налагоджених відносин з потенційними партнерами з боку українських медіа, державних органів, лідерів суспільної думки, бізнес-спільноти;
			+ здатність і успішний досвід розробки та реалізації кампаній в засобах масової інформації, а також розробці повідомлень в різних форматах (прес-релізи, веб-сайти, історії успіху, записи в блогах, твіти, ТБ, радіо тощо) з орієнтацією на різні аудиторії;
			+ здатність і перевірений досвід ініціативної та ефективної роботи під тиском;
			+ знання та розуміння використання візуальної ідентичності та дотримання брендингу програм міжнародної технічної допомоги та міжнародних донорів;
			+ відмінні письмові, усні та міжособистісні навички; відмінні навички спілкування англійською та українською мовами;
			+ знання реформи Нової Української Школи є перевагою.

Співбесіда, на яку будуть запрошені кращі кандидати, складатиметься з 30 хвилин презентації та 15 хвилин запитань і відповідей.

**8. Кінцевий термін подання пропозицій**

Терміни проведення конкурсу наступні:

1. У разі, якщо учасники хочуть отримати додаткові роз'яснення про конкурс, письмові запитання повинні направлятися на електронну пошту (dmytro.morgun@fcg.fi) до 30 липня 2021 року.
2. Всім учасникам тендеру будуть надані відповіді на всі запити про роз'яснення до 24 липня 2021 року.
3. Остаточна пропозиція повинна бути подана до 6 серпня 2021 року на електронну пошту dmytro.morgun@fcg.fi.

Зверніть увагу, що всі письмові повідомлення мають надсилатися англійською мовою. Подальші інструкції з проведення тендеру будуть надані тільки із зазначеної вище електронної адреси. Рекомендації, отримані з інших джерел, не братимуться до уваги при оцінюванні тендерної пропозиції.