



**ПОВИК ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ  
ЗА ИЗРАБОТКА НА ПРОМОТИВНА МЕДИУМСКА КАМПАЊА  
ВО РАМКИ НА ПРОЕКТОТ „РЕДОВНО НА ЧАСОВИ“**

Фондацијата Отворено општество - Македонија објавува повик за доставување понуди за изработка на промотивна медиумска кампања во рамки на проектот „*Редовно на часови: акција за вклучување на Ромите во основното образование*“, **финасиран од Европската Унија**. Деталните информации во врска со точните барања се наоѓаат подолу во документот и истите ќе претставуваат упатство за изработката на понудата.

Сите дополнителни прашања во функција на појаснување на барањето за понуда, заинтересираните може да ги испратат најдоцна до 2.7.2020 до 12:00 часот на следниве електронски адреси: [ana.andreeva@fosm.mk](mailto:ana.andreeva@fosm.mk); [sunchica.kostovska@fosm.mk](mailto:sunchica.kostovska@fosm.mk)

**Официјалната понуда** со вклучени задолжителни документи треба да е доставена **најдоцна до 16.7.2020, до 00:00 часот**, во затворен и запечатен коверт на кој пишува „**ПОНУДА ЗА МЕДИУМСКА КАМПАЊА. НЕ ОТВОРАЈ!**“ **по пошта** на следнава адреса:

**Фондација Отворено општество - Македонија**  
**Бул. Јане Сандански бр. 111**  
**1000 Скопје, Р. Македонија**

**Информација за доставена понуда по пошта** треба да се испрати на е-мејл на следниве електронски адреси: [ana.andreeva@fosm.mk](mailto:ana.andreeva@fosm.mk); [sunchica.kostovska@fosm.mk](mailto:sunchica.kostovska@fosm.mk).

Сите понуди кои ќе стигнат по истекот на зададениот рок, нема да се земат предвид и нема да се разгледуваат.

Сите понуди ќе се разгледуваат и оценуваат врз основа на потполноста на информациите кои се побаруваат и врз основа на критериумите за евалуација објаснети во описот на барањето за понуда.

Сите предлози и понудата треба да се на македонски јазик.  
Понудата треба да има валидност од минимум 120 дена.

Ви благодариме,  
Фондација Отворено Општество - Македонија

ОПИС НА ПОВИКОТ ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ

Краток опис на повикот	Изработка и имплементација на интегрирана промотивна медиумска кампања, вклучувајќи изработка и имплементација на комуникациска стратегија и медиумски закуп базиран на комуникациската стратегија.
Задолжителни документи	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Компаниско претставување со посебен осврт на изработени кампањи за општествена одговорност (електронска верзија)</li> <li>2. Начелна комуникациска стратегија со предлог слоган и сценарио за ТВ спот/анимација</li> <li>3. Предлог буџет изразен во денари со вклучен ДДВ.</li> </ol>
Дополнителни прашања и појаснувања	Најдоцна до 2.7.2020 до 12:00
Рок за достава на задолжителни документи	16.7.2020 до 00:00
Критериуми за евалуација	<p>Комуникациска стратегија, слоган, ТВ спот – <b>60%</b>          Финансиска понуда – <b>30%</b>          Компаниска експертиза / искуство – <b>10%</b></p>
Валидност на понудата	Минимум 120 дена

# ДЕТАЛЕН ОПИС НА ПОВИКОТ ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ

## **I ВОВЕД**

### **ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИИ**

#### **ЗА ФОНДАЦИЈА ОТВОРЕНО ОПШТЕСТВО – МАКЕДОНИЈА**

Фондацијата Отворено општество – Македонија повеќе од 25 години е посветена на градењето динамични и толерантни општества, чишто власти се отчетни и отворени за учество на сите граѓани. Нашата мисијата е внатрешна интеграција на општеството како предуслов за интеграција на Северна Македонија во Европската Унија. Фондацијата е фокусирана на поддршка на реформските процеси кои ќе помогнат во евро-атлантските интеграции на земјата, но и на заложбите за овозможување пристап до квалитетни услуги за граѓаните, а особено за маргинализираните групи. Повеќе за ФООМ на <https://fosm.mk/za-nas/>

#### **ЗА ПРОЕКТОТ „РЕДОВНО НА ЧАСОВИ: АКЦИЈА ЗА ВКЛУЧУВАЊЕ НА РОМИТЕ ВО ОСНОВНОТО ОБРАЗОВАНИЕ“**

„Редовно на часови: акција за вклучување на Ромите во основното образование“ е проект **финансиран од Европската Унија** а имплементиран од Фондацијата Отворено општество – Македонија во партнерство со Фондацијата за образовни и културни иницијативи Чекор по чекор и Здружението Центар за образовна поддршка Дендо вас,

Проектот кој ќе се имплементира до октомври 2022 има за цел да овозможи вклучување што поголем број деца Роми во основното образование. Преку обезбедени стипендии, ќе се намали финансискиот трошок на ромските семејства поврзан со школувањето на нивните деца и ќе ги мотивира децата редовно да ја следат наставата, да учат и успешно да се запишат во следните одделенија..

Паралелно со оваа активност, во рамки на проектот ќе се овозможи и поддршка на ромската заедница, преку обезбедување асистенти во општините со најбројна ромска заедница, кои ќе имаат блиска соработка со ромските семејства и училиштата. Тие ќе помогнат во процесот на идентификувањето на децата кои се надвор од образовниот систем, нивно запишување во училиштата, понатаму редовното следење на наставата како и успешен премин во следните одделенија.

Поддршката за училиштата како една од компонентите на проектот ќе обезбеди трансформација на училниците во една поинклузивна средина за учење каде ќе се почитуваат различностите и ќе се стимулира развојот на сите деца подеднакво. Планираните активности вклучуваат спроведување на мали проекти во идентификуваните училишта, кои преку игра и заедничко учество во училишни активности ќе поттикнат интеракција и размена на знаење помеѓу учениците, како и обуки за образование и социјална правда за наставниците.

Како дел од проектот се планирани и повеќе едукативни настани и дистрибуција на материјали како и едукативна медиумска кампања која ќе има за цел да ги информира и охрабри ромските семејства да ги запишуваат своите деца во училиште кое редовно

ќе го посетуваат, но и да ги промовира генералните придобивки од образованието врз квалитетот на живеењето.

### **ЗА ВАЖНОСТА НА РЕДОВНОСТА НА ЧАСОВИ**

Постои јасна и недвосмислена врска помеѓу редовноста и постигањето добри резултати, особено во пониските одделенија кога учениците ги развиваат своите животи вештини, когнитивните и социјални вештини, но најважно од се, во периодот кога тие ги развиваат основните математички вештини и вештини за читање кои се основата за посериозни академски достигнувања понатаму.

Секако учењето е континуиран процес и редовноста во извршувањето на училишните обврски е важна како за на училиште, така и дома. Извршувањето на училишните обврски во домашни услови за некои деца, особено за оние кои припаѓаат на маргинализираните заедници како што е Ромската, е предизвик од повеќе причини, и бара дополнително внимание и поддршка која ќе овозможи барем приближно еднакви можности и за овие деца. Сепак, тоа е најдобрата шанса за позитивен развој која ја имаат сите деца, особено децата во ризик.

Образованието е најдобрата инвестиција што човек може да ја направи во сите фази од животот, но тоа е особено точно за најраните години. Создавањето на образовани, напредни генерации на млади луѓе е основата на која се создава напредно, просперитетно општество.

### **ЗА ВАЖНОСТА НА КВАЛИТЕТНОТО ОБРАЗОВАНИЕ И ЕДНАКВИТЕ МОЖНОСТИ ЗА СИТЕ ДЕЦА**

Сите деца имаат право на квалитетно образование, а придобивките за општеството се огромни кога сите деца имаат пристап до квалитетно образование и кога потенцијалите на секое едно дете се максимално искористени.

Образованието им дава шанса на децата, уште на почетокот од нивниот развој да бидат љубопитни, да учат, да откриваат нови работи и да си ги исполнат своите потенцијали и соншта. Во овој контекст, децата кои растат во отежнати или тешки услови имаат потреба од дополнително внимание и дополнителна поддршка, која би овозможила еднаква можност тие да си ги искористат своите потенцијали. Овој вид на поддршка е највисок приоритет на секое општество кое ги вреднува различностите и инклузивноста.

Квалитетното образование е образование кое е инклузивно, кое низ сите процеси ја вреднува различноста и уникатните придонеси кои секој ученик ги дава во училницата и кое ги задоволува потребите на сите деца подеднакво. Квалитетното образование обезбедува еднакви можности за развој на сите деца без разлика на нивното потекло, економски статус, боја на кожа итн. Образованието пак кое исклучува и сегрегира, од друга страна ја продолжува дискриминацијата против традиционално маргинализираните групи и оневозможува развој и на децата како индивидуи и на општеството во целина.

Квалитетното, инклузивно образование игра важна улога во едно демократско општество: ја намалува сиромаштијата, го зголемува економскиот развој, го подобрува здравствениот статус на граѓаните. Улогата на образованието во промоција на демократските вредности и заштитата на човековите права е неспорна. Искуствата

покажуваат дека кога образованието е квалитетно и инклузивно, тогаш и концептите за граѓанско учество, вработување и живот во заедницата се исто така поинклузивни.

## II ЦЕЛИ НА ПРОМОТИВНАТА КАМПАЊА

Промотивната кампања има за цел:

- **ДА ЈА ЗГОЛЕМИ СВЕСНОСТА** за (проектот преку фокус на) вреднувањето на различностите и обезбедувањето дополнителна поддршка за учениците Роми кои доаѓаат од сиромашни семејства
- **ДА ГИ МОТИВИРА** родителите Роми да ги запишат своите децата во основно образование, со намера тие да го продолжат образованието и понатаму
- **ДА ЈА ИНФОРМИРА и ЕДУЦИРА** јавноста за проблемите со нискиот процент на вклученост на децата Роми во основното образование, за причините кои доведуваат до ваква состојба но и за можностите за нивно надминување
- **ДА ИНИЦИРА** дебата која на подолг рок би овозможила промена во однесувањето и перцепцијата врзана со овие прашања на општата јавност но и на одговорните институции
- **ДА ПРИДОНЕСЕ** кон создавање на позитивни наративи врзани со и кон Роми
- **ДА ОВОЗМОЖИ** интегрирана комуникацијата со јавноста и да ја пренесе (интерпретира) на едноставен и интересен начин основната порака на проектот (**SCHOOL IS AWESOME, STAY AT SCHOOL**)

## III ЦЕЛНИ ГРУПИ

- Примарната целна група е: **Општа јавност**
- Секундарни целни групи се: **Ромски заедници, институции, наставен кадар**

## IV СТИЛ НА КОМУНИКАЦИЈА

- **Стилот на комуникација** во основа треба да биде:
  - ЈАСЕН, ПРЕЦИЗЕН и ЕДНОСТАВЕН
  - ДИРЕКТЕН, УБЕДЛИВ и ЛЕСЕН ЗА ПАМЕТЕЊЕ
- **Тонот на комуникација** е ПОЗИТИВЕН, АФИРМАТИВЕН. ЕМПАТИЧЕН но не претерано ЕМОТИВЕН
- **Јазикот** кој се употребува треба да е РАЗБИРЛИВ и ЕДНОСТАВЕН

## V ЕЛЕМЕНТИ НА КАМПАЊАТА

Финалната кампања ќе вклучува

### ЦЕЛИНА БР. 1 - КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА

1. **Слоган** за кампањата кој ќе произлезе од и ќе ги интегрира целите на кампањата
2. **Визуелен идентитет** на кампањата, базиран на визуелниот идентитет на

- проектот (<https://bit.ly/3gsLw8e>)
3. **Креативни решенија** за ТВ спот или ТВ анимација / социјални мрежи во рамки на визуелниот идентитет на кампањата
  4. **Продукција** на ТВ спот или ТВ анимација / креативни решенија за социјални мрежи (2-3 анимации)
  5. Стратешки пристап и предлог решенија за **онлајн комуникација** (со акцент на social media)

## **ЦЕЛИНА БР. 2 - МЕДИЈА СТРАТЕГИЈА**

1. Медија стратегија и закуп за 1 месец за
  - ТВ (најмалку 4 национални, 6 локални телевизии)
2. Медија стратегијата треба да ги вклучува следниве показатели:
  - AMR% по ТВ станици
  - Планирани GRP на вкупна популација
  - Планирани RCH%1+ и RCH%3+ (кумулятивни)

### **ЗАБЕЛЕШКА:**

Понудувачите треба **задолжително да достават решенија само за следниве елементи:**

- Предлог слоган на македонски јазик
- Начелна комуникациска стратегија (кратки основи на комуникациската стратегија, стратешки пристап, сценарио за ТВ спот или ТВ анимација)
- Понуда за медија закуп за 1 месец за ТВ

Во финално изработените материјали за кампања (ТВ спотови, комуникација на социјални мрежи) треба да е **јасно видлива поддршката од Европската Унија.**

## **VI БУЏЕТ**

1. **Буџетот** за промотивната медиумска кампања со вклучени елементи на кампања опишани во ставка V (ЕЛЕМЕНТИ НА КАМПАЊАТА) **треба да изнесува максимум 25.000 евра.** Максималниот буџет за слоган, дизајн и продукција на материјалите за кампања треба да изнесува 5.000 евра. А максималниот буџет за медиумски закуп треба да изнесува 20.000 евра ).
2. Понудувачите треба да изработат детален буџет со **поединечни цени** согласно доставениот темплејт за буџет.
3. При формирањето на буџетот понудувачот треба да има предвид дека при реализацијата на кампањата, на барање на ФООМ, а согласно претходно утврден временски распоред на активности, ќе има обврска да доставува финални дизајни, адаптации по формати како и припреми за сите потребни материјали и канали на комуникација со цел непречена имплементација на кампањата.
4. Буџетот треба да е без вклучен ДДВ.
5. Понудувачот треба да предложи услови и динамика на плаќање.

## **VII ИЗВЕШТАИ**

1. По завршувањето на кампањата понудувачот има обврска да достави извештаи за имплементацијата на кампањата по планираните канали на комуникација – ТВ.

## **VIII ПРИЛОЗИ**

1. Составен дел на ова барање за понуда се следниве документи:
  - Темплејт буџет

## **IX ПРАВНА ФОРМА НА АНГАЖМАНОТ**

Идеално, ФООМ ќе склучи договор со еден понудувач/правно лице за реализација на сите елементи на кампањата наведени во барањето. Доколку се појави потреба, ФООМ го задржува правото да го подели ангажманот, односно да склучи посебни договори за **ЦЕЛИНА БР. 1** и **ЦЕЛИНА БР. 2** со 2 различни добавувачи. Цените треба да се понудат / дадат така да важат и во случај на делење на понудата.

## **ВАЖНА ЗАБЕЛЕШКА:**

ФООМ го задржува правото да не избере понудувач доколку процени дека доставените предлози не одговараат во целост со потребите. ФООМ исто така го задржува правото, во договор со избраниот понудувач, да ја промени временската динамика, како и да ги модифицира барањата врзани за клучните продукти/очекувани резултати. Доколку понудата го надминува зададениот буџет, ФООМ го задржува правото да преговара со избраниот понудувач со намера да се намали обемот на работа или да се ревидираат други делови од договорот (без да има промена во поединечните понудени цени) со цел да се намали вкупната цена на понудата до ниво кое ги задоволува барањата / можностите на ФООМ. Понудите кои ќе бидат одбиени, нема да бидат предмет на обештетување.