**Tehniskā specifikācija**

**Video materiāla “Atgriežamies skolā klātienē” izstrāde**

1. IESNIEDZA

|  |  |
| --- | --- |
| Pretendenta nosaukums: |  |
| Reģistrācijas nr.: |  |
| Juridiskā adrese: |  |
| Faktiskā adrese: |  |
| e-pasta adrese: |  |
| Interneta adrese: |  |
| Tālr.  |  |
| Banka, Kods, Konts:  |  |

2. PRETENDENTA KONTAKTPERSONA

|  |  |
| --- | --- |
| Vārds, uzvārds: |  |
| Ieņemamais amats: |  |
| Tālr. |  |
| e-pasta adrese: |  |

1. Vispārīgā informācija

Apmēram gadu Latvijā izglītības process notika attālināti. Būtībā - viens no garākajiem periodiem visās Eiropas valstīs. Tas bija smags pārbaudījums gan skolēniem, gan pedagogiem, gan vecākiem. Pasliktinājies ļaužu psihoemocionālais stāvoklis, sabiedrība ir nogurusi no attālinātajām mācībām. Arī starptautiskās organizācijas – PVO,
UNESCO, UNICEF ir paudušas viedokli, ka izglītībai ir jānotiek klātienē. Skolu pāreja uz attālināto izglītības modeli ir pieļaujama tikai ļoti īpašos gadījumos.

Lai parādītu to, ka attālinātais izglītības process nākamajā gadā nav pieļaujams un visas klašu grupas 1. septembrī atsāktu mācības klātienē, IZM ir iecerējusi izveidot informatīvi izglītojošu video klipu.

Video materiāla primārā auditorija ir ģimenes, pedagogi un skolu jaunieši. Videomateriāls “Atgriežamies skolā klātienē” jāveido kā informatīvi izglītojošs materiāls, kas akcentē attālināto mācību sarežģītību, konfliktu situācijas ģimenēs, skolās. Vecāku, pedagogu izdegšanu un skolēnu emocionālo pārslodzi. Videomateriāla saturam un formai jābūt tādai, lai sabiedrība saprastu, ka attālinātās mācības turpmāk nav pieļaujamas un palielinātos sabiedrības un amatpersonu atbalsts klātienes mācībām. Tam būtu jāsekmē arī sabiedrības vakcinācija kopumā. Klipā būtu jāparāda kādas gada laikā bijušas problēmas ģimenēs. Laikā kad mācības un darbs vecākiem noritēja attālināti - mātei jāspēj būt gan saimniecei mājās, gan jāspēj konsultēt bērni mācību procesā, gan jāveic darba pienākumi, tēvam jāvada darba sarunas, jāveic mājas pienākumi, jāpalīdz bērniem mācībās. Papildus tam vēl māsas un brāļi, kuriem arī mācības notiek attālināti. Mājdzīvnieki arī prasa savu uzmanību. Skolotājiem jārunā ekrānā, bērni mēdz neieslēgt ekrānus, mēdz nedzirdēt pedagogu teikto, mēdz noslēgties sevī un nodoties mobilajiem ekrāniem. Problēmu daudz, bet tās var atrisināt tikai laimīgi bērni, kuri septembrī dodas mācībās uz skolu.

Video materiāls var tikt veidots kā klips (klipi), izmantojot oriģinālu vai jau esošu muzikālu materiālu (dziesmu, skaņdarbu), vai arī, izmantojot citu, Pretendenta radošajam piedāvājumam atbilstošu formu. Ar autortiesībām saistītās izmaksas ir jāiekļauj piedāvājuma kopējā summā.

Plānotais video materiāla garums: 30 sekundes līdz maksimums 1 minūtei.

Video materiāls var tikt izplatīts, sadarbojoties ar Veselības ministriju un Rīgas domi, kas realizē sabiedrības informēšanas kampaņas par šo pašu tēmu līdzīgām mērķa grupām.

Saistībā ar video materiāla radošo piedāvājumu tiek gaidīti arī Izpildītāja priekšlikumi gatavā video izplatīšanai, ko realizētu Pasūtītājs ārpus šī līguma ietvara.

Pēc izplatīšanas sociālajos tīklos, videomateriāls var tikt izmantots arī kā reklāmas rullītis sociālajos medijos.

1. Izpildītāja uzdevumi
* Video materiāla idejas, vēstījuma un scenārija izstrāde, ņemot vērā video primāro un sekundāro mērķauditoriju un galvenos izplatīšanas kanālus – sociālos medijus.
* Video materiāla producēšana, filmēšana un pēcapstrāde.
* Gatavā videomateriāla kopija tiek iesniegta Pasūtītājam, saglabāta cietajā diskā MP4 faila formātā ar H264 kompresiju, bitrate 15000.
* Tehniskajā piedāvājumā Pretendents iekļauj arī šādas daļas:
* Pretendenta piesaistītā personāla (video režisora, scenārista, operatora), kurus paredzēts piesaistīt pakalpojuma sniegšanā, iepriekš izstrādātus 1 – 2 video materiālus, kas sniegtu ieskatu par radošās grupas līdzšinējo pieredzi

un profesionālajām prasmēm, veidojot īsas formas video darbus.

Paraugs iesniedzams, piedāvājuma tehniskās specifikācijas tabulā norādot saiti uz vietni internetā, kur apskatāms video materiāls. (Paraugs tiks vērtēts kā viens no saimnieciski visizdevīgākā piedāvājuma kritērijiem – “*Iepriekš izstrādātā videomateriāla radošā un tehniskā kvalitāte (D)”).*

* Video materiāla vēstījumiem jābūt skaidriem, mērķtiecīgiem un viegli uztveramiem plašā sabiedrībā. Materiāls jāpiedāvā valsts valodā, nodrošinot video ar subtitriem, lai klipa vēstījumi būtu uztverami arī bez audio iespējām.
* Materiāla beigu titrs jāsagatavo, ievērojot valsts pārvaldes iestāžu vienotās vizuālās identitātes Grafiskā standarta prasības: <http://www.mk.gov.lv/file/Valsts_parvaldes_grafiskais_standarts_2014.pdf>.
* Cenu aptaujas piedāvājums - aizpildīta tehniskās specifikācijas tabula un ziņas par pretendentu iesniedzams elektroniski, nosūtot uz e-pastu iepirkumi@izm.gov.lv septiņu (7) kalendāro dienu laikā, kopš piedāvājuma saņemšanas dienas.
* Pretendents var iekļaut arī ieteikumus klipa izplatīšanai sociālajos tīklos, lai precīzāk sasniegtu mērķa auditoriju. Izvietošanu sociālajos tīklos nodrošina Pasūtītājs.
1. Pieejamais budžets

Līdz 9999,00 eiro (bez PVN 21%)

1. Video materiāla izstrādes laiks

Video materiāls jāsagatavo, pilnībā jārealizē un jānodod Pasūtītājam raidīšanai gatavā formātā 2-3 nedēļu laikā no iepirkuma līguma noslēgšanas dienas.

1. Tehniskā specifikācija

Tehniskā specifikācijas tabula aizpildāma brīvā formā, pēc iespējas pilnīgi sniedzot priekšstatu par piedāvājuma saturu un tā atbilstību sasniedzamajiem mērķiem.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr. p.k.** | **Pozīcija** |  **Piedāvājums** |
| 1 |  Pretendenta kopējā piedāvātā cena (finanšu piedāvājums ar izmaksu pozīcijām) EUR bez PVN |  |
| 2 |  Piedāvājuma radošais risinājums:* Video materiāla koncepcija,
* scenārija piedāvājums
* 2-3 vizuālie piemēri, kas raksturo stilistiku
 |  |
| 3 |  Videomateriāla koncepcijas atbilstība izplatīšanas formai – brīvprātīga mērķauditoriju dalīšanās sociālajos tīklos  |  |
| 4 |  Iepriekš izstrādātie videomateriāli  |  |

1. Vērtēšanas kritēriji

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Kritērijs/apzīmējums** | **Maksimālais punktu skaits**  |
| *1.* | *Pakalpojuma cena (A)* | **10** |
| *2.* | *Piedāvājuma radošā risinājuma redzējums (B)* | **35** |
| *2.* | *Piedāvājuma koncepcijas redzējuma atbilstība izplatīšanas formai (C)* | **35** |
| *3.* | *Iepriekš izstrādātā videomateriāla radošā un tehniskā kvalitāte (D)* | **20** |
|  | **KOPĀ:** | **100**  |

***Pakalpojuma cenas (A)*** skaitlisko vērtējumu aprēķina pēc šādas formulas:

$A=\frac{A\_{(zem)}}{A\_{(pied)}}∙N$, kur:

$A\_{(zem)}$ *– viszemākā piedāvātā pakalpojuma cena;*

$A\_{(pied)}$ *– vērtējamā piedāvātā pakalpojuma cena;*

$N$ *– kritērija maksimālā skaitliskā vērtība.*

**Piedāvājuma radošā risinājuma redzējums** **(B)** skaitlisko vērtējumu aprēķina šādi:

|  |  |
| --- | --- |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **pilnībā atbilst** projekta stratēģiskajam uzstādījumam. Galvenā ideja ir saprotama un konceptuāli pamatota, tā ietver radošus un efektīvus risinājumus. Pretendents pilnībā aprakstījis vai vizualizējis, vai pamatojis videomateriāla koncepciju. Pretendents ir iesniedzis konceptuālu galvenās idejas aprakstu. Saturs ir detalizēts, precīzs, trāpīgs, oriģināls, uzrunājošs, saistošs, interesants un pilnībā atbilst videomateriāla stratēģiskajam uzstādījumam.Kopumā videomateriāla koncepcijas piedāvājums ir oriģināls, radošs un uzrunājošs. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu veiksmīgi, efektīvi papildina. | Piešķir 35 punktus |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **kopumā atbilst** stratēģiskajam uzstādījumam. Galvenā ideja ir saprotama un konceptuāli pamatota, tā ietver pietiekami radošus un efektīvus risinājumus. Pretendents nav pietiekami aprakstījis vai vizualizējis, vai pamatojis koncepciju. Kopumā videomateriāla koncepcijas piedāvājums ir efektīvs un efektīvi uzrunājošs. Koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) ir daļēji saskaņoti, vienojoši un cits citu papildinoši. | Piešķir 25 punktus |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **daļēji atbilst** stratēģiskajam uzstādījumam, un idejas realizācija var tikt sasniegta daļēji. Videomateriāla koncepcijā trūkst secīguma un pamatojuma. Galvenā ideja nav līdz galam pamatota, tā piedāvā daļēji efektīvus risinājumus. Saturs nav precīzs, trāpīgs, oriģināls, uzrunājošs, saistošs un interesants, daļēji atbilst stratēģiskajam uzstādījumam. Pretendents nav aprakstījis vai vizualizējis, vai pamatojis videomateriāla koncepciju.Videomateriāla koncepcijas piedāvājums ir daļēji uzrunājošs. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) nav vienojoši un cits citu nepapildina, koncepcijai trūkst stratēģiskuma. | Piešķir 15 punktus |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **neatbilst** stratēģiskajam uzstādījumam, un idejas realizācija var tikt nesasniegta. Videomateriāla koncepcijā trūkst secīguma, pamatojuma. Galvenā ideja nav saprotama un pamatota. Saturs nav precīzs, trāpīgs, oriģināls, uzrunājošs, saistošs un interesants, neatbilst stratēģiskajam uzstādījumam. Pretendents nav aprakstījis vai vizualizējis, vai pamatojis videomateriāla koncepciju.Videomateriāla koncepcijas piedāvājums nav uzrunājošs, tas ir formāls. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) nav vienojoši un cits citu nepapildina, koncepcijai trūkst secīguma. | Piešķir 0 punktus |

**Piedāvājuma koncepcijas redzējuma atbilstība izplatīšanas formai (C)** skaitlisko vērtējumu aprēķina šādi:

|  |  |
| --- | --- |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **pilnībā atbalsta** projekta stratēģisko uzstādījumu par izplatīšanas primāro veidu - klipa primārā mērķauditorija (jaunieši) brīvprātīgi dalās ar klipu savos sociālo tīklu kontos. Klipa galvenā ideja ietver radošus un efektīvus risinājumus, kas ļauj prognozēt jauniešu auditorijas interesi un iesaistīšanos. Pretendents pilnībā aprakstījis un pamatojis aspektus, kas izraisa jauniešu auditorijas interesi. Saturs ir detalizēts, trāpīgs, oriģināls, uzrunājošs, saistošs.Pretendents pilnībā aprakstījis aspektus, kas izraisa arī klipa sekundārās auditorijas – pedagogu - interesi.Elementi, kas izvēlēti, lai piesaistītu mērķauditoriju, ir oriģināli, atraktīvi un cits citu veiksmīgi, efektīvi papildina. | Piešķir 35 punktus |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **kopumā atbalsta** projekta stratēģisko uzstādījumu par izplatīšanas primāro veidu - klipa primārā mērķauditorija (jaunieši) brīvprātīgi dalās ar klipu savos sociālo tīklu kontos. Klipa galvenā ideja satur atsevišķus radošus risinājumus, kas ļauj prognozēt jauniešu auditorijas interesi un iesaistīšanos. Pretendents nav pietiekami aprakstījis un pamatojis aspektus, kas izraisa jauniešu auditorijas interesi. Pretendents nepietiekami pilnīgi aprakstījis aspektus, kas izraisa arī klipa sekundārās auditorijas – pedagogu - interesi.Daži no elementiem, kas izvēlēti, lai piesaistītu mērķauditoriju, ir oriģināli un atraktīvi. | Piešķir 25 punktus |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **daļēji atbalsta** projekta stratēģisko uzstādījumu par izplatīšanas primāro veidu - klipa primārā mērķauditorija (jaunieši) brīvprātīgi dalās ar klipu savos sociālo tīklu kontos. Klipa galvenajā idejā trūkst oriģinalitātes un radošu un efektīvu risinājumu, kas ļauj prognozēt jauniešu auditorijas interesi un iesaistīšanos. Pretendents virspusēji aprakstījis un pamatojis aspektus, kas izraisa jauniešu auditorijas interesi. Pretendents virspusēji un formāli aprakstījis aspektus, kas izraisa arī klipa sekundārās auditorijas – pedagogu - interesi.Elementi, kas izvēlēti, lai piesaistītu mērķauditoriju, ir neoriģināli un stereotipiski. | Piešķir 15 punktus |
| Pretendenta piedāvātā videomateriāla koncepcija **neatbalsta** projekta stratēģisko uzstādījumu par izplatīšanas primāro veidu - klipa primārā mērķauditorija (jaunieši) brīvprātīgi dalās ar klipu savos sociālo tīklu kontos. Klipa galvenajā idejā nav risinājumu, kas ļauj prognozēt jauniešu auditorijas interesi un iesaistīšanos. Pretendents nav aprakstījis aspektus, kas izraisa jauniešu auditorijas interesi. Pretendents nav aprakstījis aspektus, kas izraisa arī klipa sekundārās auditorijas – pedagogu - interesi.Nav izvēlēti specifiski elementi, lai piesaistītu definēto mērķauditoriju. | Piešķir 0 punktus |

**Iepriekš sagatavotā video materiāla radošā un tehniskā kvalitāte (D)** skaitlisko vērtējumu aprēķina šādi:

|  |  |
| --- | --- |
| Piedāvātais iepriekš izstrādātais radošās grupas videomateriāls ir pilnībā uzrunājošs un atbilstošs idejai, tas ir dinamisks, aizraujošs. Piedāvātā videomateriāla ideja ir pilnībā saprotama, tā ietver radošus un efektīvus risinājumus. Videomateriālā ir ietverti mūsdienīgi video risinājumi, kā arī piemeklēti idejai atbilstoši vizuālie risinājumi izvirzītā stratēģiskā uzstādījuma sasniegšanai. Videomateriālam kvalitāte ir augstākajā līmenī - kvalitatīvs attēls (t.sk. mākslinieciskais noformējums), izmantota uzdevumam atbilstoša, precīza un mākslinieciska kadru/attēlu montāža, idejiski pamatota dažādu efektu izmantošana. Video materiālam ir kvalitatīva skaņa, skaidrs vēstījuma saturs un loģiskā struktūra.Kopumā piedāvātais videomateriāls ir oriģināls, radošs un uzrunājošs. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu veiksmīgi, efektīvi papildina. | Piešķir 20 punktus |
| Piedāvātais iepriekš izstrādātais radošās grupas videomateriāls ir uzrunājošs un atbilstošs idejai. Piedāvātā videomateriāla ideja ir saprotama, tā ietver ikdienišķus un racionālus risinājumus. Videomateriālā ir ietverti mūsdienīgi video risinājumi, kā arī piemeklēti idejai atbilstoši vizuālie risinājumi izvirzītā stratēģiskā uzstādījuma sasniegšanai. Videomateriālam kvalitāte ir labā līmenī - kvalitatīvs attēls, izmantota vienkāršota kadru/attēlu montāža. Videomateriālam ir kvalitatīva skaņa, skaidrs vēstījuma saturs un loģiskā struktūra.Kopumā piedāvātais videomateriāls ir uzrunājošs. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu papildina. | Piešķir 15 punktus |
| Piedāvātais iepriekš izstrādātais radošās grupas videomateriāls kopumā ir uzrunājošs. Ideja ir saprotama. Videomateriālā ir piemeklēti video sižeta idejai daļēji atbilstoši vizuālie risinājumi. Videomateriālam kvalitāte ir apmierinoša – attēlam un skaņai nepieciešami uzlabojumi (t.sk. mākslinieciskajam noformējumam), vāja kadru/attēlu montāža, nav izveidots dinamisks un uzrunājošs video materiāls.Kopumā piedāvātais videomateriāls nav oriģināls. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) ir daļēji saskaņoti un cits citu papildinoši. | Piešķir 10 punktus |
| Piedāvātais iepriekš izstrādātais radošās grupas videomateriāls nav uzrunājošs.Piedāvātā videomateriāla ideja nav saprotama, tā neietver radošus risinājumus. Videomateriāla vizuālais risinājums ir daļēji atbilstošs idejai. Videomateriālam kvalitāte ir apmierinoša – attēlam un skaņai nepieciešami uzlabojumi (t.sk. mākslinieciskajam noformējumam), vāja kadru/attēlu montāža. Nav saprotams vēstījuma saturs un loģiskā struktūra. Kopumā piedāvātais videomateriāls nav oriģināls. Visi koncepcijas elementi (video sižeta tēma, dalībnieku izvēles pamatojums, filmēšanas vietu izvēle) nav savstarpēji saskaņoti un vienojoši. | Piešķir 5 punktus |

Piedāvājumu detalizācijas pakāpes noteikšanā pasūtītājs ir tiesīga izmantot piedāvājumu savstarpējās salīdzināšanas metodi.

Pretendenta piedāvājuma galīgo skaitlisko vērtējumu *(V)* nosaka šādi: *V=A+B+C+D.*

Maksimālais punktu skaits ir 100. Punktus aprēķina ar precizitāti līdz punkta simtdaļai.

Par saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu pasūtītājs atzīs piedāvājumu, kurš iegūs visaugstāko galīgo skaitlisko vērtējumu (punktu skaitu).

Ja pasūtītājs konstatē, ka vismaz divu piedāvājumu novērtējums atbilstoši izraudzītajam piedāvājuma izvēles kritērijam ir vienāds, tad par saimnieciski visdievīgāko piegādājumu izvēlas piedāvājumu, kurš ir ieguvis augstāku novērtējumu kritērija (B) “Piedāvājuma radošā risinājuma redzējums kopsummā”, ja arī tad punktu skaits vienāds, tad izvēlas piedāvājumu, kurš ir ieguvis augstāku novērtējumu kritērija (C) “Piedāvājuma koncepcijas redzējuma atbilstība izplatīšanas formai” vai arī tādi ir abi pretendenti, tad iepirkuma uzvarētājs tiks noteikts, veicot izlozi pretendentu klātbūtnē.

1. Pretendenta iesniedzamie dokumenti
* Aizpildīta tehniskās specifikācijas tabula
* Ziņas par pretendentu