

IEPIRKUMA LĪGUMS NR.4-8.3.1/15

Rīgā,

2018. gada 8. martā

Valsts izglītības attīstības aģentūra (turpmāk – Pasūtītājs), nodokļu maksātāja Nr.90001800413, juridiskā adrese: Vaļņu iela 1, Rīgā, LV-1050, Informācijas un karjeras atbalsta departamenta direktores **Intas Asares** personā, kura rīkojas saskaņā ar Valsts izglītības attīstības aģentūras 2017.gada 18.decembra rīkojumu Nr.1-30.6/389 “Par paraksta tiesību piešķiršanu”, no vienas puses, **un**

SIA “REPUTE”, reģistrācijas Nr. 40003474804, (turpmāk – Izpildītājs), juridiskā adrese: Lāčplēša iela 14-10, Rīga, LV-1011, tās projektu direktores, partneres **Sabīnes Dzenes** personā, kura rīkojas saskaņā ar 2017. gada 30. oktobra pilnvaru Nr. 2436, no otras puses,

abi kopā saukti – Līdzēji, katrs atsevišķi arī – Līdzējs, pamatojoties uz atklāta konkursa “**Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana**”, identifikācijas numurs VIAA 2017/81 (turpmāk – konkurss), rezultātiem un Izpildītāja piedāvājumu, noslēdz šādu līgumu (turpmāk – Līgums):

1. LĪGUMA PRIEKŠMETS

- 1.1. Pasūtītājs pasūta un Izpildītājs apņemas nodrošināt **nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa komunikācijas kampaņas izstrādi un īstenošanu** saskaņā ar Līguma un tā 1.pielikuma “Tehniskā specifikācija”, 2.pielikuma “Tehniskais piedāvājums” un 3.pielikuma “Finanšu piedāvājums” noteikumiem (turpmāk – Pakalpojums). Iepriekš minētie Līguma pielikumi (turpmāk kopā saukti – Līguma pielikumi) ir Līguma neatņemama sastāvdaļa.
- 1.2. Pakalpojums tiek veikts Eiropas Savienības fondu darbības programmas „Izaugsme un nodarbinātība” 8.3.5.specifiskā atbalsta mērķa „Uzlabot pieeju karjeras atbalstam izglītojamajiem vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs” ietvaros īstenojot projekta “Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs”, identifikācijas Nr. 8.3.5.0/16/I/001 ietvaros (turpmāk – Projekts).

2. LĪGUMA DARBĪBAS UN PAKALPOJUMU IZPILDES TERMIŅŠ

- 2.1. Līgums stājas spēkā tā parakstīšanas brīdī un ir spēkā līdz saistību pilnīgai izpildei.
- 2.2. Izpildītājs apņemas nodrošināt Pakalpojuma sniegšanu laika periodā no Līguma spēkā stāšanās dienas saskaņā ar Līguma pielikumos noteiktajiem termiņiem un nosacījumiem, bet ne vēlāk kā līdz 2018. gada 21. maijam.
- 2.3. Līguma 2.1., 2.2. punktā noteiktais Līguma izpildes termiņš var tikt pagarināts šādos gadījumos:
 - 2.3.1. Ja Līguma 2.1., 2.2. punktā noteiktā izpildes termiņa pagarināšanas nepieciešamība ir radusies no Pasūtītāja atkarīgu apstākļu dēļ, kā arī, ja Līguma izpildes kavējums radies saistībā ar cita Līguma (kuru Pasūtītājs noslēdzis ar citu piegādātāju) izpildes kavējumu vai pārkāpumu;
 - 2.3.2. Ir pārtraukta vai kavēta Pasūtītāja īstenojot ārvalstu finanšu instrumenta finansētā projekta ieviešana, kura ietvaros noslēgts šis Līgums;
 - 2.3.3. Ir pārtraukta vai kavēta citas iestādes īstenojot ārvalstu finanšu instrumenta finansētā projekta ieviešana, un tas ir saistīts ar Līguma izpildi.
 - 2.3.4. Ja Līguma izpildes termiņa pagarināšanas nepieciešamība ir radusies vai ir nepieciešama nepārvaramas varas dēļ vai tai ir cits objektīvs no piegādātāja gribas neatkarīgs iemesls, kuru Izpildītājs iepriekš nevarēja paredzēt vai novērst.

- 2.4. Līguma izpildes termiņš nevar tikt pagarināts, ja tas pārsniedz ārvalstu finanšu instrumenta finansētā projekta termiņu. Šajā gadījumā Pasūtītājs samaksā par Izpildītāja faktiski sniegto Pakalpojumu.
- 2.5. Līguma 2.3.punktā noteiktajos gadījumos Līguma izpildes termiņš var tikt pagarināts par tādu laika posmu, par kādu radies Līguma izpildes kavējums Līguma 2.3.punktā noteikto iemeslu dēļ.

3. LĪDZĒJU KONTAKTPERSONAS

- 3.1. Pasūtītāja kontaktpersona: _____, e-pasta adrese: _____, tālr.:_____.
- 3.2. Izpildītāja kontaktpersona:_____, e-pasta adrese:_____, tālr.:_____.
- 3.3. Līdzēju kontaktpersonas uztur sakarus savā starpā, kā arī ir atbildīgas par Līguma izpildes uzraudzīšanu, tai skaitā, par Pakalpojuma nodošanas – pieņemšanas akta sagatavošanu, iesniegšanu un parakstīšanu atbilstoši šī Līguma prasībām, savlaicīgu rēķinu iesniegšanu un pieņemšanu, apstiprināšanu un nodošanu apmaksai.
- 3.4. Gadījumā, ja līguma izpildes laikā tiek nomainīta līdzēja kontaktpersona, par to rakstiski tiek informēta otra līdzēja kontaktpersona. Atsevišķi Līguma grozījumi par to netiek veikti.

4. LĪGUMA SUMMA UN NORĒĶINU KĀRTĪBA

- 4.1. Līguma kopējā summa par Pakalpojuma izpildi ir **38 844,00 EUR** (trīsdesmit astoņi tūkstoši astoņi simti četrdesmit četri *euro* un nulle centi) bez PVN (turpmāk – Līgumcena). PVN likme tiek piemērota atbilstoši samaksas veikšanas dienā spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem.
- 4.2. Līguma 4.1.apakšpunktā minētā Līgumcena ir fiksēta un nemainīga Līguma darbības laikā.
- 4.3. Avansa maksājumi līguma darbības laikā netiek paredzēti.
- 4.4. Samaksa par Pakalpojumu tiek veikta pa daļām, Līguma 4.5.punktā noteiktajā kārtībā.
- 4.5. Samaksu par izpildīto Pakalpojumu pasūtītājs veic 2 posmos:
 - 4.5.1. par reklāmas materiālu sagatavošanu, atbilstoši Līguma 1.pielikuma “Tehniskā specifikācija” II sadaļas “Darba uzdevums” 2.5.punktā norādītajam apjomam, samaksa tiek veikta pēc reklāmas materiālu nodošanas Pasūtītājam, pamatojoties uz Līdzēju abpusēji parakstītu nodošanas-pieņemšanas aktu un rēķina saņemšanu. Šajā Līguma punktā norādītā Pakalpojuma izpildes termiņš 2018.gada 3.aprīlis.
 - 4.5.2. par atlikušo Pakalpojuma apjomu, samaksa tiek veikta pēc pilna Pakalpojuma apjoma izpildes un nodošanas Pasūtītājam, pamatojoties uz Līdzēju abpusēji parakstītu nodošanas-pieņemšanas aktu un rēķina saņemšanu.
- 4.6. Samaksu par izpildīto Pakalpojumu Pasūtītājs Izpildītājam pārskaita uz Izpildītāja kontu, kas norādīts Līguma rekvizītos, 10 (desmit) darba dienu laikā saskaņā ar Līguma 4.5.punktu.
- 4.7. Ja Pasūtītājs, pārbaudot Izpildītāja iesniegtos materiālus un/vai dokumentus, konstatē nepilnības Pakalpojuma kvalitātē, Izpildītāja pienākums ir 5 (piecu) darba dienu laikā novērst Pasūtītāja norādītos trūkumus un iesniegt Līguma noteikumiem atbilstošus materiālus un/vai precizētus Pakalpojuma sniegšanu apliecinājošos dokumentus Pasūtītājam atkārtotai saskaņošanai.
- 4.8. Ja Pasūtītājs, pārbaudot Izpildītāja iesniegtos materiālus un dokumentus, konstatē to atbilstību iepirkuma Līguma prasībām, attiecīgā Pakalpojuma izpildes daļa tiek saskaņota un tiek parakstīts Pakalpojuma nodošanas – pieņemšanas akts.

- 4.9. Pamatojoties uz abpusēji parakstītu Pakalpojuma nodošanas – pieņemšanas aktu, Izpildītājs iesniedz Pasūtītājam Pakalpojuma apmaksas dokumentu (rēķinu), ja to paredz Pakalpojuma sniedzēja darbību reglamentējošie normatīvie akti.
- 4.10. Pakalpojums tiek finansēts no Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 8.3.5.specifiskā atbalsta mērķa “Uzlabot pieeju karjeras atbalstam izglītojamajiem vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs” projekta Nr. 8.3.5.0./16/I/001 “Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs” finanšu līdzekļiem.

5. PAKALPOJUMA SNIEGŠANAS UN PIENĒMŠANAS KĀRTĪBA

- 5.1. Līdzēji apņemas sniegt viens otram informāciju, kas nepieciešama Pakalpojuma savlaicīgai un kvalitatīvai izpildei.
- 5.2. Pasūtītājs apņemas pēc iespējas īsākā laika posmā, bet ne ilgāk kā 2 (divu) darba dienu laikā no Izpildītāja pieprasījuma saņemšanas brīža, nodrošināt Izpildītāju ar Pakalpojuma sniegšanai nepieciešamo informāciju, materiāliem (piemēram, vizuālās identitātes vadlīnijām, logotipiem un tml.) un dokumentiem.
- 5.3. Pakalpojuma izpildes laikā Izpildītājs iesniedz Pasūtītājam saskaņošanai materiālus, kas nepieciešami Pakalpojuma izpildei, un Pasūtītājs saskaņo Izpildītāja iesniegtos materiālus, pēc iespējas īsākā laika posmā, bet ne ilgāk kā 2 (divu) darba dienu laikā, no materiālu saņemšanas brīža. Saskaņošana notiek mutiski vai elektroniski, nesagatavojot par to pieņemšanas – nodošanas aktu.
- 5.4. Ja objektīvu apstākļu dēļ Pasūtītājs nevar saskaņot Izpildītāja iesniegtos materiālus 5.3.punktā noteiktajā termiņā, Pasūtītājam vienojoties ar Izpildītāju, 5.3.punktā noteikto termiņu var pagarināt par Pasūtītājam nepieciešamo dienu skaitu.
- 5.5. Ja Pasūtītājs nav laicīgi, t.i., pēc iespējas īsākā laika posmā, bet ne ilgāk kā 2 (divu) darba dienu laikā no Izpildītāja pieprasījuma saņemšanas brīža, nodrošinājis Izpildītāju ar Pakalpojuma sniegšanai nepieciešamo informāciju, materiāliem (piemēram, vizuālās identitātes vadlīnijām, logotipiem un tml.) vai dokumentiem (izņemot gadījumu, kad Pasūtītājs ar Izpildītāju ir vienojušies par ilgāku informācijas, materiālu vai dokumentu sniegšanas laiku), vai nav veicis citas darbības, kas saskaņā ar šo Līgumu bija jāveic pirms Pakalpojuma uzsākšanas un bez kuru veikšanas Pakalpojuma uzsākšana nav iespējama, vai ir ievērojami apgrūtināta, Izpildītājs nenes atbildību par Pakalpojuma termiņu nokavējumu.
- 5.6. Pakalpojuma izpildi apliecina Līdzēju abpusēji parakstīts Pakalpojuma pieņemšanas - nodošanas akts. Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas akts pēc Līdzēju abpusējas parakstīšanas kļūst par šī Līguma neatņemamu sastāvdaļu.

6. LĪDZĒJU SAISTĪBAS UN ATBILDĪBA

- 6.1. Risku par Līgumā neparedzētām piegādēm, darbiem un pakalpojumiem, kas nepieciešami Līguma pilnīgai izpildei (turpmāk – neparedzēti darbi), uzņemas Izpildītājs. Šo risku uzņemas Pasūtītājs, ja:
 - 6.1.1. neparedzēto darbu nepieciešamība ir radusies tādu no Līdzēju gribas neatkarīgu apstākļu dēļ, kurus Līdzēji, slēdzot Līgumu, nevarēja paredzēt;
 - 6.1.2. neparedzētie darbi ir ierosināti pēc Pasūtītāja iniciatīvas, Pasūtītājam precizējot vai papildinot Līguma priekšmetu;
 - 6.1.3. Līgums objektīvu, no Izpildītāja gribas neatkarīgu iemeslu dēļ nav izpildāms, ja netiek veikti neparedzētie darbi;
 - 6.1.4. Ja risku par Līgumā neparedzētiem darbiem uzņemies Izpildītājs, neparedzētu darbu izpilde negroza Līgumcenu. Ja risku par Līgumā neparedzētiem darbiem

uzņēmiem Pasūtītājs, Līgumcena tiek grozīta Publisko iepirkumu likumā noteiktajā kārtībā un apmērā.

- 6.2. Izpildītājs apņemas veikt Pakalpojumu Līgumā, tā 3.pielikumā „Finanšu piedāvājums”, 1.pielikumā „Tehniskā specifikācija”, kā arī Izpildītāja konkursā iesniegtajā piedāvājumā (2.pielikums “Tehniskais piedāvājums”) paredzētajā termiņā, apjomā un kvalitātē.
- 6.3. Izpildītājs uzņemas atbildību par zaudējumiem, kuri nodarīti Pasūtītājam un trešajām personām sakarā ar šī Līguma nepilnīgu un/vai nekvalitatīvu izpildi, izpildi nepilnā vai neatbilstošā apjomā, vai Līguma izpildes termiņa nokavējumu, ciktāl Izpildītājs tajos vainojams.
- 6.4. Izpildītājs apņemas neizpaust informāciju, nepaturēt un nenodot trešajām personām dokumentus vai to kopijas, kas tam ir pieejami saistībā ar Pakalpojuma izpildi.
- 6.5. Izpildītājs Pakalpojuma izpildes ietvaros datu apstrādi veic un datus saglabā atbilstoši Eiropas Savienības un Latvijas Republikas fizisko personu datu aizsardzību reglamentējošiem normatīvajiem aktiem. Izpildītājs nedrīkst izpaust minētos personu datus trešajām personām. Šajā punktā noteiktie ierobežojumi neattiecas uz gadījumiem, kad kādam no Līdzējiem informācija ir jāpublisko saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem.
- 6.6. Izpildītājs apņemas piedalīties Pasūtītāja organizētos informatīvajos semināros par Pakalpojuma izpildi, ja tādi tiek organizēti.
- 6.7. Izpildītājam ir pienākums saskaņot ar Pasūtītāju Līgumā minētos jautājumus, kas saistīti ar Līguma izpildi.
- 6.8. Izpildītājam ir pienākums laikus informēt Pasūtītāju par iespējamiem vai paredzamiem kavējumiem Līguma izpildē un apstākļiem, notikumiem un problēmām, kas ietekmē Līguma precīzu un pilnīgu izpildi vai tā izpildi noteiktajā laikā, kā arī par Līgumā minētiem apstākļiem un notikumiem, kuru dēļ var tikt ietekmēta Līguma precīza un pilnīga izpilde vai tā izpilde noteiktajā laikā;
- 6.9. Pasūtītājs apņemas veikt samaksu par kvalitatīvu un laikā sniegtu Pakalpojumu šajā Līgumā noteiktajā kārtībā un apmērā.
- 6.10. Līdzēji savstarpēji ir atbildīgi viens otram par nodarītajiem zaudējumiem, ja tie radušies viena Līdzēja vai tā personāla darbības vai bezdarbības dēļ, tai skaitā rupjas neuzmanības, ļaunā nolūkā izdarīto darbību vai nolaidības rezultātā.
- 6.11. Jebkāda ar šo Līgumu saistīta un jebkurā formā pieejama informācija vai citāda veida dati pieder Pasūtītājam un ir tā īpašums. Izpildītājam nav tiesību jebkādā veidā ierobežot Pasūtītāja tiesības brīvi un pēc saviem ieskatiem rīkoties ar tiem.
- 6.12. Pasūtītājs ir tiesīgs kontrolēt Līguma izpildes gaitu, īstenojot Pakalpojuma izpildes kvalitātes kontroles pasākumus, pieprasīt no Izpildītāja kontroles veikšanai nepieciešamo dokumentāciju un paskaidrojumus, kā arī dot Izpildītājam saistošus norādījumus attiecībā uz Līguma izpildi, ciktāl tie nav pretrunā Līguma saturam.
- 6.13. Pasūtītājs ir tiesīgs aizstāt Pasūtītāju ar citu iestādi, ja Pasūtītāju kā iestādi reorganizē vai mainās tā kompetence.
- 6.14. Pasūtītājam ir tiesības saņemt no Izpildītāja informāciju un paskaidrojumus par Līguma izpildes gaitu un citiem Līguma izpildes jautājumiem.
- 6.15. Pasūtītājam ir tiesības apturēt Līguma izpildi ārējā normatīvajā aktā vai šajā Līgumā noteiktajos gadījumos.
- 6.16. Pasūtītājam ir tiesības atkāpties no Līguma ārējā normatīvajā aktā vai šajā Līgumā noteiktajos gadījumos.
- 6.17. Pasūtītājam ir tiesības apturēt un atlikt Līgumā paredzētos maksājumus ārējā normatīvajā aktā vai šajā Līgumā noteiktajos gadījumos.

- 6.18. Ja Izpildītājs nesniedz Pakalpojumu Līgumā un Līguma 1.pielikumā „Tehniskā specifikācija”, kā arī Izpildītāja atklātā konkursā iesniegtajā piedāvājumā (2.pielikums “Tehniskais piedāvājums”) paredzētajā Pakalpojuma izpildes termiņā, Izpildītājam var tikt piemērots līgumsods 1% (viena procenta) apmērā no nesniegtā Pakalpojuma vērtības bez PVN par katru kavējuma dienu, bet ne vairāk kā 10% (desmit procenti) no Līguma kopējās summas.
- 6.19. Ja Pasūtītājs neveic ar Līgumu saistītos maksājumus Līgumā noteiktajā termiņā, Pasūtītājam var tikt piemērots līgumsods 1% (viena procenta) apmērā no saņemtā Pakalpojuma vērtības bez PVN par katru kavējuma dienu, bet ne vairāk kā 10% (desmit procenti) no Līguma kopējās summas.
- 6.20. Pasūtītājam ir tiesības veikt līgumsoda ieturējumu, veicot samaksu par izpildīto Pakalpojumu.
- 6.21. Līgumsodu samaksa neatbrīvo Līdzējus no saistību izpildes.

7. LĪGUMA GROZĪJUMI, ATKĀPŠANĀS NO LĪGUMA, LĪGUMA APTURĒŠANA UN IZBEIGŠANA

- 7.1. Līguma darbības laikā, Līdzējiem abpusēji vienojoties un noformējot rakstisku vienošanos, var tikt veikti Līguma grozījumi šajā Līgumā un Publisko iepirkumu likuma 61.pantā noteiktajos gadījumos un kārtībā.
- 7.2. Pasūtītājam ir tiesības apturēt Līguma izpildi uz laiku, kas nav ilgāks par 20 (divdesmit) dienām, šādos gadījumos:
 - 7.2.1. ja Ministru kabinetā ir ierosināta attiecīgā finanšu instrumenta (no kura līdzekļiem tiek apmaksāts Pakalpojums) plānošanas perioda prioritāšu un aktivitāšu pārskatīšana, un tādēļ Pasūtītājam var tikt samazināts vai atsaukts attiecīgā finanšu instrumenta finansējums, ko Pasūtītājs gribēja izmantot Līgumā paredzēto maksājuma saistību segšanai;
 - 7.2.2. pēc ārvalstu finanšu instrumenta vadībā iesaistītas iestādes vai Ministru kabineta lēmuma.
- 7.3. Pasūtītājs par Līguma apturēšanu uz laiku paziņo Izpildītājam 5 (piecas) dienas iepriekš.
- 7.4. Pasūtītājam ir tiesības atkāpties no Līguma šādos gadījumos:
 - 7.4.1. Izpildītājs neveic Pakalpojumu atbilstoši Līguma 3.pielikumam “Finanšu piedāvājums”, 1.pielikumam “Tehniskā specifikācija”, Izpildītāja iepirkumā iesniegtajam piedāvājumam (2.pielikums “Tehniskais piedāvājums”) vai Pasūtītāja norādījumiem (ciktāl tie nav pretrunā nosaukto dokumentu saturam) vai šī Līguma noteikumiem un nosacījumiem, t.sk., Izpildītājs atsakās īstenot Pakalpojumu vispār vai atsakās īstenot Pakalpojumu Līguma 2.2. punktā norādītajos Pakalpojuma izpildes termiņos.
 - 7.4.2. Izpildītājs ir būtiski nokavējis Pakalpojuma izpildes vai starpizpildes termiņu un termiņa kavējumā nav vainojams pats Pasūtītājs;
 - 7.4.3. Pakalpojuma izpildījums neatbilst Līgumam, un šī neatbilstība nav vai nevar tikt novērsta Līgumā paredzētajā termiņā un neatbilstībā nav vainojams pats Pasūtītājs;
 - 7.4.4. Izpildītājs Līguma noslēgšanas vai Līguma izpildes laikā ir sniedzis nepatiesas ziņas vai apliecinājumus;
 - 7.4.5. Izpildītājs Līguma noslēgšanas vai Līguma izpildes laikā pārkāpis normatīvo aktu attiecībā uz Līguma slēgšanu vai izpildi;
 - 7.4.6. ir pasludināts Izpildītāja maksātnespējas process vai iestājušies citi apstākļi, kas liedz vai liegs Izpildītājam turpināt Līguma izpildi saskaņā ar Līguma noteikumiem vai kas negatīvi ietekmē Pasūtītāja tiesības, kuras izriet no

- Līguma;
- 7.4.7. Izpildītājs pārkāpj vai nepilda citu būtisku Līgumā paredzētu pienākumu;
 - 7.4.8. Izpildītājs Pasūtītājam nodarījis zaudējumus;
 - 7.4.9. attiecīgā ārvalstu finanšu instrumentu vadībā iesaistīta iestāde ir noteikusi attiecīgā ārvalstu finanšu instrumenta finansēta projekta izmaksu korekciju 25 % vai lielākā apmērā no Līgumcenas, un minētā korekcija izriet no Izpildītāja pieļauta Līguma pārkāpuma;
 - 7.4.10. Izpildītājs ir patvaļīgi pārtraucis Līguma izpildi, tai skaitā Izpildītājs nav sasniedzams juridiskajā adresē vai deklarētajā dzīvesvietas adresē;
 - 7.4.11. attiecīgā ārvalstu finanšu instrumenta vadībā iesaistītā iestāde ir konstatējusi normatīvo aktu pārkāpumus Līguma noslēgšanas vai izpildes gaitā, un to dēļ tiek piemērota Līguma izmaksu korekcija 100% apmērā;
 - 7.4.12. Ārējā normatīvajā aktā noteiktajos gadījumos;
 - 7.4.13. Citos Līgumā noteiktajos gadījumos.
- 7.5. Līgums var tikt izbeigts šādos gadījumos:
- 7.5.1. turpmāku Līguma izpildi padara neiespējamu nepārvarama vara;
 - 7.5.2. Ministru kabinets ir pieņēmis lēmumu par attiecīgā struktūrfondu plānošanas perioda prioritāšu pārskatīšanu, un tādēļ Pasūtītājam ir būtiski samazināts vai atcelts ārvalstu finanšu instrumenta finansējums, ko Pasūtītājs plānoja izmantot Līgumā paredzēto maksājuma saistību segšanai;
 - 7.5.3. Publisko iepirkumu likuma 64.pantā noteiktajos gadījumos.
- 7.6. Izpildītājs, nosūtot rakstisku paziņojumu Pasūtītājam, ir tiesīgs vienpusēji atkāpties no Līguma, ja Pasūtītājs Līguma noteiktajā termiņā nav veicis apmaksu par sniegtajiem Pakalpojumiem un Pasūtītāja nokavējums ir sasniedzis vismaz 30 (trīsdesmit) dienas. Līguma neizdevīgums, pārmērīgi zaudējumi, būtiskas nelabvēlīgas izmaiņas izejmateriālu, iekārtu, darbaspēka un citā tirgū, izpildes grūtības un citi līdzīgi apstākļi nav pamats, lai kāds no Līdzējiem atkāptos no Līguma, izņemot šajā Līgumā noteiktos gadījumus.
- 7.7. Līgums tiek atcelts paziņojuma kārtībā. Līgums ir uzskatāms par atceltu, ja paziņojuma adresāts neceļ iebildumus 3 (trīs) darba dienu laikā no attiecīgā paziņojuma saņemšanas dienas (datums pasta izziņā par sūtījuma izsniegšanu).
- 7.8. Tiesību atkāpties no Līguma vai prasīt Līguma atcelšanu var izlietot, ja Līdzējs ir ticis brīdināts par iespējamo vai plānoto atkāpšanos no Līguma vai tā atcelšanu un nav novērsis atkāpšanās vai Līguma atcelšanas pamatu Līgumā noteiktajā termiņā.
- 7.9. Katrs no Līdzējiem ir tiesīgs ar vienpusēju rakstisku paziņojumu apturēt Līguma darbību, kamēr tiek izšķirts strīds par Līguma atcelšanu, ja no Līguma rakstura nav secināms, ka Līguma izpilde pēc strīda izšķiršanas vairs nebūs iespējama vai nebūs Pasūtītājam nepieciešama.
- 7.10. Līdzējiem abpusēji vienojoties un noformējot rakstisku vienošanos, Līgums var tikt izbeigts pirms Līguma 2.punktā minētā termiņa.
- 7.11. Līguma izbeigšanas sekas:
- 7.11.1. Līgumā noteiktajos gadījumos Līdzēji atlīdzina viens otram radītos zaudējumus vai maksā līgumsodu;
 - 7.11.2. Pasūtītājam ir pienākums samaksāt par faktiski saņemto Pakalpojumu.
 - 7.11.3. Pasūtītājam ir tiesības paturēt un lietot līdz Līguma izbeigšanai Pakalpojuma ietveros saņemtos materiālus.

8. LĪGUMA IZPILDĒ IESAISTĪTĀ PERSONĀLA NOMAIŅAS KĀRTĪBA

- 8.1. Izpildītājs nav tiesīgs bez saskaņošanas ar Pasūtītāju veikt piedāvājumā norādītā personāla un apakšuzņēmēju nomainīšanu, un iesaistīt papildu apakšuzņēmējus un

- personālu Līguma izpildē. Pasūtītājs var prasīt personāla un apakšuzņēmēja viedokli par nomaiņas iemesliem.
- 8.2. Piedāvājumā norādītā personāla nomaiņa pieļaujama tikai Līgumā norādītajā kārtībā un gadījumos. Pasūtītājs nepiekrīt piedāvājumā norādītā personāla nomaiņai Līgumā norādītajos gadījumos un gadījumos, kad piedāvātais personāls neatbilst iepirkuma procedūras dokumentos personālam izvirzītajām prasībām vai tam nav vismaz tādas pašas kvalifikācijas un pieredzes kā personālam, kas tika vērtēts, nosakot saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu.
 - 8.3. Pasūtītājs nepiekrīt piedāvājumā norādītā apakšuzņēmēja nomaiņai, ja pastāv kāds no šādiem nosacījumiem:
 - 8.3.1. piedāvātais apakšuzņēmējs neatbilst iepirkuma procedūras dokumentos apakšuzņēmējiem izvirzītajām prasībām;
 - 8.3.2. tiek nomainīts apakšuzņēmējs, uz kura iespējām Izpildītājs balstījies, lai apliecinātu savas kvalifikācijas atbilstību paziņojumā par līgumu un iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajām prasībām, un piedāvātajam apakšuzņēmējam nav vismaz tādas pašas kvalifikācijas, uz kādu Izpildītājs atsaucies, apliecinot savu atbilstību iepirkuma procedūrā noteiktajām prasībām, vai tas atbilst Publisko iepirkumu likuma 42. panta pirmajā vai otrajā daļā (atbilstoši pasūtītāja norādītajam paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos) minētajiem pretendentu izslēgšanas gadījumiem;
 - 8.3.3. piedāvātais apakšuzņēmējs, kura sniedzamo pakalpojumu vērtība ir vismaz 10 procenti no kopējās iepirkuma Līguma vērtības, atbilst Publisko iepirkumu likuma 42.panta pirmajā vai otrajā daļā (atbilstoši pasūtītāja norādītajam paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos) minētajiem pretendentu izslēgšanas gadījumiem;
 - 8.3.4. apakšuzņēmēja maiņas rezultātā tiktu izdarīti tādi grozījumi pretendenta piedāvājumā, kuri, ja sākotnēji būtu tajā iekļauti, ietekmētu piedāvājuma izvēli atbilstoši iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajiem piedāvājuma izvērtēšanas kritērijiem.
 - 8.4. Pasūtītājs nepiekrīt jauna apakšuzņēmēja piesaistei gadījumā, kad šādas izmaiņas, ja tās tiktu veiktas sākotnējā piedāvājumā, būtu ietekmējušas piedāvājuma izvēli atbilstoši iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajiem piedāvājuma izvērtēšanas kritērijiem.
 - 8.5. Pārbaudot jaunā apakšuzņēmēja atbilstību, Pasūtītājs piemēro Publisko iepirkumu likuma 42.panta noteikumus. Publisko iepirkumu likuma 42. panta trešajā daļā minētos termiņus skaita no dienas, kad lūgums par apakšuzņēmēja nomaiņu iesniegts Pasūtītājam.
 - 8.6. Pasūtītājs pieņem lēmumu atļaut vai atteikt Izpildītāja personāla vai apakšuzņēmēju nomaiņu vai jaunu apakšuzņēmēju iesaistīšanu Līguma izpildē iespējami īsā laikā, bet ne vēlāk kā 5 (piecu) darbdienu laikā pēc tam, kad saņēmis visu informāciju un dokumentus, kas nepieciešami lēmuma pieņemšanai saskaņā ar šā panta noteikumiem.
 - 8.7. Izpildītājs informē Pasūtītāju, ja Izpildītājs Līguma izpildē iesaista papildus personālu. Šādam Izpildītāja paziņojumam ir informatīvs raksturs un Pasūtītāja atsevišķs saskaņojums papildus personāla piesaistei nav nepieciešams.

9. AUTORTIESĪBAS

- 9.1. Līdzēji vienojas, ka parakstot Pakalpojuma pieņemšanas - nodošanas aktu, Izpildītājs, līdz ar īpašumtiesību nodošanu uz materiālajiem objektiem, Pasūtītājam nodod arī visas ar Pakalpojuma izpildi saistītās autora mantiskās tiesības uz sniegtā Pakalpojuma rezultātiem.

- 9.2. Autora mantiskās tiesības netiek nodotas uz darba gaitā Izpildītāja radītajām skicēm vai idejām, to atvasinājumiem, citiem darbiem, materiāliem un prototipiem, kas ir piedāvāti Pasūtītājam, bet Pasūtītājs tos nav apstiprinājis.
- 9.3. Samaksa par autortiesību un blakustiesību pāreju Pasūtītājam ir ietverta summā, ko Pasūtītājs maksā Izpildītājam par šajā Līgumā paredzēto Pakalpojumu.
- 9.4. Nododot Pasūtītājam sniegto Pakalpojumu, kā arī ar to saistītās autortiesības un blakustiesības, ja tādas ir radušās, Izpildītājs vienlaikus nodod Pasūtītājam atļauju veikt Pakalpojuma sniegšanas rezultātā radītajos darbos grozījumus pēc Pasūtītāja ieskatiem, kā arī apliecina, ka šāda atļauja ir saņemta arī no trešajām personām, kuras ir bijušas piesaistītas darbu izpildei.
- 9.5. Izpildītājs apliecina, ka Pakalpojuma sniegšanas gaitā nav aizskartas citu personu autortiesības.
- 9.6. Gadījumā, ja Izpildītājs, izpildot Pakalpojumu, nav ievērojis Autortiesību likumā vai citos normatīvajos aktos un šajā Līgumā noteiktās prasības, kā rezultātā trešās personas un citas personas var celt pretenzijas pret Pasūtītāju un/vai tā klientu, Izpildītāja pienākums ir saviem spēkiem un līdzekļiem risināt radušos strīdu un apmierināt trešo pušu prasības un segt visus zaudējumus, kas Pasūtītājam varētu rasties šādu pretenziju sakarā.
- 9.7. Izpildītājs bez Pasūtītāja rakstveida atļaujas nav tiesīgs izmantot Pakalpojuma sniegšanas ietvaros radītos darbus citu iespējamu darbu izstrādē.

10. NEPĀRVARAMAS VARAS APSTĀKĻI

- 10.1. Puses vienojas, ka līgumsaistību nepildīšana, ja to izpildi kavē nepārvaramas varas apstākļi, nevar būt par pamatu Līgumā noteiktās atbildības piemērošanai.
- 10.2. Līguma ietvaros par nepārvaramu varu tiek uzskatīta jebkāda neparedzama ārkārtas situācija vai notikums, kas ir ārpus Līdzēju kontroles un nav radies to kļūdas vai nevērīgas rīcības dēļ vai kas kavē vienu no Līdzējiem veikt kādu no Līgumā noteiktajiem pienākumiem un no kura nav bijis iespējams izvairīties, veicot pienācīgus piesardzības pasākumus. Par nepārvaramas varas apstākļiem tiek atzīts notikums, no kura nav iespējams izvairīties un kura sekas nav iespējams pārvarēt, notikums, kuru Līguma slēgšanas brīdī nebija iespējams paredzēt, notikums, kas nav radies Līdzēja vai tā kontrolē esošas personas kļūdas vai rīcības dēļ, notikums, kas padara saistību izpildi ne tikai apgrūtināšu, bet neiespējamu.
- 10.3. Par nepārvaramu varu Līguma ietvaros netiks uzskatīti iekārtu vai materiālu defekti vai to piegādes kavējumi (ja vien minētās problēmas neizriet tieši no nepārvaramas varas).
- 10.4. Ja nepārvaramas varas apstākļi ilgst ilgāk par 1 (vienu) mēnesi, tad jebkuram Līdzējam ir tiesības vienpusējā kārtā izbeigt Līgumu.
- 10.5. Līdzējam, kuram kļuvis neiespējami izpildīt saistības nepārvaramas varas apstākļu dēļ, jāinformē otru Līdzēju par šādu apstākļu rašanos vai izbeigšanos.

11. STRĪDU IZSKATĪŠANAS KĀRTĪBA

- 11.1. Visus strīdus un domstarpības, kas saistītas ar Līgumā paredzēto saistību izpildi, Līdzēji risina sarunu ceļā.
- 11.2. Ja Līdzēji nevar vienoties sarunu ceļā, strīdu nodod izskatīšanai Latvijas Republikas tiesā normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā.

12. CITI NOTEIKUMI

- 12.1. Neviena no Līdzējiem bez saskaņošanas ar otru Līdzēju nedrīkst nodot trešajai personai savas saistības, kas ir noteiktas ar šo Līgumu.
- 12.2. Visos Līgumā neatrunātajos jautājumos Līdzēji rīkojas saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem.

- 12.3. Izpildītājs Pakalpojuma sniegšanai piesaista šādu personālu:
- 12.3.1. projekta vadītājs – Inga Galkina, tālrunis: _____, e-pasta adrese: _____;
- 12.3.2. sabiedrisko attiecību speciālists – Sabīne Dzene, tālrunis: _____, e-pasta adrese: _____;
- 12.4. Līdzēji informē viens otru par jebkurām izmaiņām Līdzēja rekvizītos. Atsevišķi Līguma grozījumi par izmaiņām Līdzēju rekvizītos netiek gatavoti.
- 12.5. Līgums sagatavots uz 62 (sešdesmit divām) lappusēm, tajā skaitā Līguma 1.pielikums “Tehniskā specifikācija”, 2.pielikums “Tehniskais piedāvājums” un 3.pielikums “Finanšu piedāvājums”, kas parakstīts 2 (divos) identiskos eksemplāros. Abiem Līguma eksemplāriem ir vienāds juridiskais spēks. Viens Līguma eksemplārs glabājas pie Pasūtītāja, otrs – pie Izpildītāja.

13. LĪDZĒJU REKVIZĪTI UN PARAKSTI

PASŪTĪTĀJS:

Valsts izglītības attīstības aģentūra
Vaļņu iela 1, Rīga, LV-1050
Reģ. Nr. 90001800413
Valsts kase
Kods: TREL22
Konts: LV31TREL215020310600B

Informācijas un karjeras atbalsta
departamenta direktore **Inta Asare**

IZPILDĪTĀJS:

SIA “Repute”
Lāčplēša iela 14-10, Rīga, LV-1011
Reģ. Nr. 40003474804
Banka: _____
Konts: _____

Projektu direktore, partnere
Sabīne Dzene

TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA

Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana

I Vispārīga informācija par iepirkuma priekšmetu

	Apraksts
1. Projekts	Eiropas Sociālā fonda projekts "Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs" : http://viaa.gov.lv/lat/karjeras_atbalsts/karjeras_atbalsts_2016_2020/
2.Kampaņa	Integrētās komunikācijas kampaņa nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018 atpazīstamības veidošanai
3.Kampaņas norises laiks	2018. gada aprīlis
4.Konkursa norises laiks	2018. gada 24.-27. aprīlis
5.Kampaņas budžets	nepārsniedz 38 845,00 (bez PVN)
6.Kampaņas pamatojums	<p>Valsts izglītības attīstības aģentūra (turpmāk–VIAA) īsteno Eiropas Sociālā fonda projektu "Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs" (KAVPII). Kā viena no projektā plānotajām darbībām ir ikgadējā nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018 (turpmāk - konkurss) kā nacionālā mēroga profesiju olimpiādes organizēšana.</p> <p>Konkursu <i>SkillsLatvia</i> 2018 un profesionālo prasmju demonstrācijas organizē, lai:</p> <ol style="list-style-type: none">celtu profesionālās izglītības iestāžu prestižu, izglītojamo pašapziņu, uzņēmību un motivāciju labāk apgūt mācību programmu, sekmētu viņu nodarbināmību un konkurētspēju, pārejot uz darba tirgu;veidotu ciešu sadarbību ar nozaru ekspertiem, izstrādājot profesionālās meistarības konkursu darba uzdevumus un to izpildes vērtēšanas kritērijus profesijās, lai turpmāk veicinātu profesionālās izglītības satura atbilstības nodrošināšanu mainīgajām darba tirgus prasībām;popularizētu sabiedrībā profesionālo izglītību kā vērtību apzinātas karjeras virziena izvēlei, motivētu vispārējās izglītības iestāžu izglītojamos izvēlēties apgūt darba tirgū pieprasītas profesionālās kvalifikācijas, tajā skaitā, zinātņu un tehnoloģiju ietilpīgās profesijas jau pēc pamatizglītības ieguves. <p>Konkursā jaunieši 2 dienu laikā (14 darba stundas) veiks katrai profesijai noteikto darba uzdevumu (piemēram, mēbeļu galdniekiem ir jāizgatavo galds ar atvilktnēm vai nakts skapītis, šuvējām jāuzšuj darba bikses un veste ar noteiktiem dizaina elementiem utt.). Darba uzdevumi iespēju robežās tiks tuvināti starptautisko profesionālās meistarības konkursu prasībām attiecīgajās profesijās.</p> <p>Konkursa laikā tiek atlasīti labākie savā profesijā un tālāk tiek sagatavoti dalībai starptautiskajos jauno profesionāļu meistarības konkursos <i>EuroSkills</i> un <i>WorldSkills</i>, apliecinot profesionālās izglītības prasmes Eiropas un pasaules līmenī.</p> <p>Paralēli konkursa norisei notiks profesionālo prasmju demonstrācijas pasākumi jeb</p>

	<p>“Profesiju parāde” vispārējās izglītības iestāžu izglītojamajiem, lai klātienē tiem ļautu vērot un iemēģināt dažādo profesiju atsevišķus darba paņēmienus, gūtu ieskatu par tautsaimniecības nozarēm un konkrētām profesijām tajās, lai labāk izprastu savas intereses un spējas, padarot mērķtiecīgāku nākamās profesijas izvēli. Tiks organizēti semināri pedagogiem karjeras konsultantiem, mācību priekšmetu skolotājiem, vecākiem ar mērķi iepazīstināt viņus ar aktuālām darba tirgus tendencēm nozarēs. Gan profesionālo prasmju demonstrācijas pasākumus, gan seminārus organizē un par tiem ir atbildīga VIAA.</p>
<p>7.Statistika un aktualitātes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projekta "Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs" īstenošanas laiks no 2016. līdz 2020. gadam. • 2018. gada konkurss tiks organizēts otro reizi, un kopā projekta īstenošanas laikā ir paredzēti 4 konkursi (2017., 2018., 2019. un 2020. gadā). • No 24. līdz 27. aprīlim 2018. gada konkursā jaunieši demonstrēs savas prasmes 18 dažādās nominācijās: <p>Radošās mākslas un modes tehnoloģijas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skatlogu dizains un noformēšana 2. Tērpu dizains 3. Tērpu izgatavošana <p>Informācijas un komunikāciju tehnoloģijas</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Grafikas dizains 5. Datortīklu administrēšana 6. Web lapu dizains un izstrāde <p>Ražošana un inženiertehnoloģijas</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Mobilā robotika 8. Elektronika <p>Sabiedriskie un individuālie pakalpojumi</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Friziera darbi 10. Ēdienu gatavošana 11. Restorānu serviss 12. Viesnīcas uzņemšana <p>Celtniecība un būvniecības tehnoloģijas</p> <ol style="list-style-type: none"> 13. Elektriskās instalācijas 14. Inženierkomunikācijas 15. Flīzēšana 16. Krāsošana un dekoratīvā apdare 17. Koka dizains un izstrādājumi <p>Transports un loģistika</p> <ol style="list-style-type: none"> 18. Smago spēkratu remonts un apkope <ul style="list-style-type: none"> • Savukārt pirms nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018 no 11. - 13. aprīlim 2018. gadā norisināsies nacionālais konkurss 2 nominācijās “galdniecības darbi” un “mēbeļu izgatavošana”. Konkurss notiks Jelgavas tehnikumā. Uz šo konkursu ir jāparedz 2.5. punktā minētie reklāmas materiāli – T-krekli, mugursomas, ID kartes un kakla lentas noteiktam konkursantu skaitam, kas piedalīsies šajā konkursā, kā arī preses relīze un mediju attiecības. Citi kampaņas pasākumi uz šo konkursu nav jāplāno. • Katrā profesijā sacentīsies aptuveni 6 jaunieši no kopā 33 profesionālās izglītības iestādēm Latvijā. Katrā profesijā jauniešu sniegumu vērtēs nozares ekspertu žūrija. • Parāli konkursa norisei norisināsies profesiju paraugdemonstrējumi, kuros piedalīties varēs ikviens apmeklētājs. Tos nodrošinās dažādi uzņēmumi, izglītības iestādes u.c. iesaistītās puses.

	<ul style="list-style-type: none"> • Konkursa norises vieta Rīgā būs zināma februārī, kad būs noslēdzies iepirkums par konkursa norises vietu. <p>Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018 programma*:</p> <p>24.aprīlis 15.00 – 16.30 Darba drošības instruktāža konkursantiem darba vietā 16.30 – 17.30 sagatavošanās atklāšanas pasākumam 17.30 – 18.30 Vakariņas 18.30 – 19.30 Konkursa atklāšanas pasākums</p> <p>25.aprīlis 9.00 – 12.30 Konkurss un paraugdemonstrējumi 12.30 - 13.30 Pusdienas (saskaņā ar profesijas laika plānu) 13.30 – 17.30 Konkurss un paraugdemonstrējumi</p> <p>26.aprīlis 9.00 – 12.30 Konkurss un paraugdemonstrējumi 12.30 - 13.30 Pusdienas (saskaņā ar profesijas laika plānu) 13.30 – 17.30 Konkurss un paraugdemonstrējumi</p> <p>27.aprīlis 12.10 - 13.00 Pusdienas 13.00 – 15.00 Noslēguma pasākums un apbalvošanas ceremonija 15.00 – 16.00 Neformālā daļa <i>*Plānotās programmas laiki var mainīties</i></p> <p>Apmeklētājiem būs iespēja apmeklēt konkursu 25. un 26. aprīlī no plkst.19.00-17.00, Pasākums ir bez dalības maksas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atklāšanas un noslēguma pasākumos piedalīsies aptuveni 300 apmeklētāji: <ul style="list-style-type: none"> ○ 130 konkursanti, ○ 33 skolu pārstāvji un 33 komandu vadītāji, ○ 66 eksperti, ○ 20 darbnīcu vadītāji, sadarbības partneri un iesaistīto uzņēmumu pārstāvji.
8. Kampanjas izaicinājumi	<p>Konkursa norises laiki ir 25. un 26. aprīlis no plkst. 9.00 – 17.30. Svarīgi ir piesaistīt pasākuma apmeklētājus, taču, ņemot vērā konkursa norisi darba dienās, nevis nedēļas nogalē, tas ierobežo apmeklētāju loku. Liels izaicinājums ir kā konkursa apmeklētāju galveno auditoriju piesaistīt vispārizglītojošo un profesionālo izglītības iestāžu audzēkņus un pedagogus, kā arī nodrošināt šīs mērķgrupas informētību par konkursa norisi un apmeklēšanas iespējām.</p> <p>Īstenojot projektu "Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs", viens no uzdevumiem ir celt profesionālās izglītības prestižu. Konkurss dod iespēju gan novērot labāko jauno profesionāļu sniegumu konkrētā profesijā, gan paraugdemonstrējumos iepazīt dažādas profesijas. Tādējādi arī tiek īstenoti karjeras izglītības mērķi. Profesionālās izglītības kvalitāte un prestižs, kā arī karjeras izglītība ir centrālie saturiskie komunikatīvie jautājumi proaktīvās publicitātes nodrošināšanai.</p>
9. Kampanjas mērķi	<ul style="list-style-type: none"> • Izveidot nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa SkillsLatvia 2018 atpazīstamību nacionālā mērogā. • Informēt primārās un sekundārās mērķgrupas par konkursu, iespēju apmeklēt pasākumu, kā arī nodrošināt apmeklētāju interesi par konkursa norisi 25. un 26. aprīlī. • Veicināt primārās un sekundārās mērķauditorijas izpratni par profesionālās

	izglītības kvalitāti, par karjeras izglītības iespējām, nodarbinātības izvēlēm, sabiedrības un darba tirgus vajadzībām, tādejādi stiprinot profesionālās izglītības prestižu.
10. Kampanas mērķauditorija	<ul style="list-style-type: none"> • Primārā mērķauditorija: vispārējās izglītības iestāžu un profesionālās izglītības iestāžu izglītojamie, pedagogi karjeras konsultanti. • Sekundārā mērķauditorija: pedagogi, izglītības speciālisti un eksperti, nacionālie un reģionālie mediji un sabiedrība kopumā.
11. Kampanas mērogs	Rīga, taču ļoti svarīga ir publicitāte nacionālā mērogā – reģionos, lai uzrunātu konkursa prioritātās mērķgrupas.
12. Vizuālā identitāte	<p>Ir izstrādāta nacionālo jauno profesionāļu meistarības konkursu <i>SkillsLatvia</i> vizuālā identitāte, kas jāizmanto, plānojot kampanas koncepciju. Sk.pielikumu nr.1.</p> <p>ES fondu publicitātes prasības: Obligāta atsauce uz finansējumu. Izstrādājot jebkuru kampanas materiālu, tajā jāiekļauj atsauce uz ESF un valsts finansējumu. Drukātajos un virtuālajos materiālos jāievieto pilns ES fondu logotipu ansamblis krāsainā formātā. Tikai izņēmuma gadījumos uz maziem laukumiem pieļaujama mazāka versija – tikai ES emblēmas izvietošana (ES karogs un uzraksts “Eiropas Savienība”). Detalizētas ES fondu publicitātes vadlīnijas pieejamas šeit, savukārt ar ES fondu logotipu ansambli var iepazīties šeit.</p>
13.Kampanas sauklis	Kampanas un arī jauno profesionāļu meistarības konkursa sauklis ir “Uzvar darītājs!”

II Darba uzdevums

Piedāvāto komunikācijas koncepciju un taktiku nepieciešams aprakstīt, ņemot vērā turpmāk norādīto struktūru, un ievērot Pasūtītāja stratēģiskos nosacījumus. Jāievēro arī tehniskie nosacījumi apraksta veidošanā, taču pašu piedāvājumu nav nepieciešams atspoguļot tabulā un to var iesniegt brīvā un pārskatāmā formā.

1.1. Pasūtītāja tehniskie nosacījumi:

Apraksta saturs:

- Detalizēts izklāsts, kuru var papildināt ilustrācijas,
- Pamatojums (dati, fakti, ilustrācijas vai cits pamatojums),
- Sagaidāmie kvantitatīvie un/vai kvalitatīvie rezultāti katrā aktivitātē, kas ļauj izvērtēt aktivitāšu un materiālu efektivitāti.

Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu koriģēt un aktualizēt iesniegto piedāvājumu, atbilstīgi faktiskajai situācijai.

Darba uzdevuma daļas	Pasūtītāja stratēģiskie nosacījumi
1.Kampanas koncepcija	<p>Izstrādāt, aprakstīt un pamatot komunikācijas kampanas koncepciju, kas ietver radošus un stratēģiski pamatotus risinājumus, kam ir potenciāls uzrunāt kampanas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sasniegt noteiktos kampanas mērķus.</p> <p>Pretendents apraksta, vizualizē un pamato kampanas galveno ideju, kādā veidā plānots uzrunāt mērķauditoriju un sasniegt kampanas mērķus, ņemot vērā iepriekš aprakstīto kampanas problemātiku un izaicinājumus, kā arī ietverot tajā esošo vizuālo identitāti un saukli.</p> <p>(!) <i>Uzsākot darbu pie kampanas Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu precizēt un aktualizēt iesniegto koncepciju atbilstīgi faktiskajai situācijai, ciktāl tas nemaina</i></p>

	<i>Pretendenta iesniegtās kampaņas koncepcijas pamatideju un būtiskos elementus (t.i. n emainot galvenās idejas būtību).</i>
2.Kampaņas taktika	Pasūtītāja stratēģiskie nosacījumi
2.1. Sabiedriskās attiecības	<p>Pretendents sīkāk apraksta un pamato sabiedrisko attiecību aktivitātes, tajā skaitā:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Preses relīzes</u>. Preses relīžu sagatavošana izplatīšanai nacionālā līmenī un reģionālā līmenī, piedāvājumā ieskicējot un pamatojot preses paziņojumu provizoriskās tēmas un vēstījumus, kā arī provizorisko izsūtīšanas laiku kopējā laika grafikā. Preses relīžu formāts, skaits, biežums un tēmas jāplāno atbilstoši kampaņas koncepcijai un tajā paredzētajām aktivitātēm. Pretendentam jāņem vērā, ka preses relīzes sagatavo (t.sk. citātus un faktus) un izplata Pretendents, saskaņojot ar Pasūtītāju. • <u>Mediju attiecības</u>. Neapmaksātu proaktīvo publikāciju virzīšana nacionālajos un arī reģionālajos medijos. Piedāvājumā jāieskicē provizoriskās publikāciju tēmas un mediji, kuros tiks virzītas publikācijas, pamatojot savu izvēli, kā arī plānoto laiku kopējā laika plānā. Vēlams intensīva proaktīvā publicitāte konkursa norises laikā, tai skaitā TV un radio ziņu raidījumos. • Citas sabiedrisko attiecību vai mediju attiecību aktivitātes pēc pretendenta ieskatiem, ja nepieciešamas saskaņā ar kampaņas koncepciju. <p><i>(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo detalizētu sabiedrisko attiecību aktivitāšu plānu, iekļaujot publikāciju tēmas un laika grafiku, kuru saskaņo ar Pasūtītāju un nepieciešamības gadījumā veic korekcijas. Sabiedrisko attiecību aktivitāšu plāns atbilstoši faktiskajai situācijai un aktualitātei var tikt aktualizēts arī kampaņas īstenošanas laikā.</i></p>
2.2. Speciālie pasākumi	<p>Pretendents sīkāk apraksta un konceptuāli pamato speciālo pasākumu aktivitātes, tajā skaitā:</p> <p><u>1. Konkursa atklāšanas pasākums.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Jānodrošina konkursa atklāšanas pasākums konkursa norises vietā (precīzākus laikus skatīt augstāk minētajā nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa <i>SkillsLatvia 2018</i> programmā), kā arī jānodrošina pasākuma publicitāte. Piedāvājot speciālo pasākumu, nepieciešams sīkāk aprakstīt tā ideju, piedāvājot risinājumu, nepieciešamības gadījumā to ilustrējot. • Pasākuma obligātās iekļaujamās daļas – uzrunas, konkursanta un eksperta zvēresta došana, video translācija (sk. punktā 2.4 “Reklāmas risinājumi” apakšpunktu “Video materiāli pirms konkursa”), kā arī profesionālu mākslinieku priekšnesumi. Priekšnesumiem jābūt enerģiskiem, dinamiskiem un atbilstoši jauniesu mērķauditorijai, tajā pašā laikā arī svinīgiem. Jānodrošina jaudīgs pasākuma sākums un noslēgums. • Jānodrošina pasākuma vadītājs. Piegādātājs Pasūtītājam piedāvā vismaz 2 variantus. • Jānodrošina atklāšanas pasākuma publicitāte. • Pasūtītājs pasākumā nodrošina skatuves aprīkojumu – skatuvi, tribīni, paklāju, krēslus pasākuma apmeklētājiem, projektoru/ekrānus un standarta skaņu sistēmu uzrunām ar 3 radio mikrofoniem. Citus

nepieciešamos apskaņošanas, noformējuma un iekārtojuma elementus saskaņā ar radošās idejas koncepciju nodrošina Piegādātājs. Piegādātājam jānodrošina ziedu kompozīcija ar statīvu uz skatuves.

- Atbilstoši sociālo tīklu formātam, pasākumā jānodrošina tiešraides video ar “live video” funkciju sociālā tīkla Facebook VIAA lapā.
- Pasākumā piedalās konkursanti, skolu pārstāvji, komandu vadītāji, eksperti, darbnīcu vadītāji, sadarbības partneri un iesaistīto uzņēmumu pārstāvji. Kopā apmēram 300 dalībnieki.
- Citas aktivitātes, iepriekš saskaņojot ar Pasūtītāju.

2. Konkursa noslēguma pasākums un apbalvošanas ceremonija.

- Jānodrošina konkursa noslēguma pasākums un apbalvošanas ceremonija konkursa norises vietā (precīzākus laikus skatīt augstāk minētajā nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* 2018 programmā). Piedāvājot speciālo pasākumu, nepieciešams sīkāk aprakstīt tā ideju, piedāvājot risinājumu, nepieciešamības gadījumā to ilustrējot.
- Pasākuma obligātās iekļaujamās daļas – uzrunas, profesionālu mākslinieku priekšnesumi apbalvošanas ceremonijā. Katrā profesijā tiek pasniegti 3 apbalvojumi – zelta, sudraba un bronzas medaļas. Katras profesijas pirmo trīs vietu ieguvēji kāpj uz apbalvojuma podestiem un viņiem medaļas pasniedz 3 žūrijas locekļi (katrā profesijā tie ir citi pārstāvji). Priekšnesumiem jābūt enerģiskiem un atbilstošiem jauniešu mērķauditorijai, tajā pašā laikā arī svinīgiem.
- Jānodrošina pasākuma vadītājs. Piegādātājs Pasūtītājam piedāvā vismaz 2 variantus.
- Pasūtītājs pasākumā nodrošina skatuves aprīkojumu – podestus/pakāpienus (pirmajām 3 vietām – zelta, sudraba un bronzas medaļas ieguvējiem), skatuves “ietēpu” – paklāju, tribīni, krēslus pasākuma apmeklētājiem, projektoru/ekrānus un standarta skaņu sistēmu uzrunām ar 3 radio mikrofoniem. Citus nepieciešamos apskaņošanas, noformējuma un iekārtojuma elementus saskaņā ar radošās idejas koncepciju nodrošina Piegādātājs. Piegādātājam jānodrošina ziedu kompozīcija ar statīvu uz skatuves.
- Noslēguma pasākumā pie fotosienas jānodrošina fotogrāfs, kurš fotografē godalgotos konkursantus.
- Noslēguma pasākumā un apbalvošanas ceremonijā jānodrošina publicitāte.
- Atbilstoši sociālo tīklu formātam, pasākumā jānodrošina tiešraides video ar “live video” funkciju sociālā tīkla Facebook VIAA lapā.
- Noslēguma pasākumā un apbalvošanas ceremonijā jānodrošina prezentācija. Tajā jāizmanto spilgtākie momenti no konkursa norises. Katrai profesijai jāatlasa spilgtākie momenti, kuri parādās noteiktās profesijas apbalvošanas brīdī, kā arī citas vizualizācijas. Prezentācijai jābūt atraktīvai, iekļaujot interesantus grafiskos risinājumus u.c. rīkus, ja nepieciešams, iekļaujot arī audio un video.
- Pasākumā piedalās konkursanti, skolu pārstāvji, komandu vadītāji, eksperti, darbnīcu vadītāji, sadarbības partneri un iesaistīto uzņēmumu pārstāvji. Kopā apmēram 300 dalībnieki.

	<ul style="list-style-type: none"> • Citas aktivitātes, iepriekš saskaņojot ar Pasūtītāju. <p>3. Konkursa norises laikā 2 dienu garumā, kad norises vieta ir atvērta apmeklētājiem, ir jānodrošina apmeklētāju fotosesija ar drukātām bildēm uzreiz pēc fotografēšanās. Tā var būt fotobūda vai noformēts fotostends. Bilde noformējumā jānodrošina pasākuma vizuālā identitāte.</p> <p>4. Vēlami arī citi speciālie pasākumi mērķauditorijas piesaistei konkursa norises vietā.</p> <p><i>(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo detalizētu speciālo pasākumu scenāriju, kuru saskaņo ar Pasūtītāju un, nepieciešamības gadījumā veic korekcijas.</i></p>
<p>2.3. Komunikācija sociālajos medijos un un digitālā komunikācija</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pretendents sīkāk apraksta un pamato sociālo mediju aktivitātes. VIAA ir profili šādos sociālajos tīklos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Twitter ar projektu saistītā informācija tiek nodrošināta VIAA oficiālajā Twitterkontā @VIAA_LV. ○ Draugiem.lv ar projektu saistītā informācija tiek nodrošināta Draugiem.lv VIAA oficiālajā kontā http://www.draugiem.lv/VIAA. ○ Facebook.com ar projektu saistītā informācija tiek nodrošināta VIAA la pā: https://www.facebook.com/VIAA.LV/, kā arī <i>SkillsLatvia</i> lapā: https://www.facebook.com/SkillsLatvia • Īpašas aktivitātes un unikāls saturs atbilstošs sociālo mediju satura mārketingam, tai skaitā maksas ieraksti. Jānodrošina speciāli sociālajiem medijiem plānots saturs kampaņas īstenošanas laikā (aprīlī), piemēram, infografika, video materiāli (video reportāžas, dienas moments, dienas pārsteigums utt.) vai līdzvērtīgs saturs. Šāds saturs jānodrošina 3 sociālajos medijos - Twitter, Facebook (“SkillsLatvia” un VIAA lapās), Draugiem.lv. Tajā skaitā jānodrošina sociālo tīklu noformējuma ādiņas uz kampaņas laiku. • Kustīgi digitālie baneri izvietošanai VIAA mājaslapā www.viaa.gov.lv un citās, sadarbības partneru mājaslapās. Formāts: GIF, 720 x300 un 240 x 120 pikseļi (viaa.gov.lv), 240 x 240 pikseļi, 120 x 120 pikseļi, kā arī jāparedz citi izmēri, pēc Pasūtītāja sadarbības partneru noteiktiem izmēriem. • Digitālais rīks VIAA mājaslapā. Jāpilnveido esošais digitālais rīks, skatīt šeit http://www.viaa.gov.lv/lat/skillslatvia/skillslatvia/skillslatvia2017/prof esijas/ . Rīks attēlotu visas 20 konkursā pārstāvētās profesijas 33 iesaistītās skolas (informācija būtu atspoguļota gan ar konkursanta bildi, gan informāciju par viņu) Jāparedz rīka pilnveide un programmēšana un tā embadēšana mājaslapā. Bilde un informāciju nodrošina Pasūtītājs, kā arī Pasūtītājs Piegādātājam nodod rīka esošo tehnisko failu. • citas sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes pēc pretendenta ieskatiem, saskaņā ar kampaņas koncepciju. <p><i>(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo detalizētu sociālo mediju ierakstu plānu, kuru saskaņo ar Pasūtītāju. Digitālās komunikācijas aktivitāšu gadījumā, Pretendents sagatavo dizainus.</i></p>
<p>2.4. Reklāmas risinājumi</p>	<p>Pretendents sīkāk apraksta un pamato reklāmas risinājumus, tajā skaitā:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Video materiāli pirms konkursa:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ 3 min video materiāls (1.video), kas ir veidots kā promo jeb reklāmas

- video materiāls par notiekošo pasākumu, izmantojot *SkillsLatvia 2017* safilmēto materiālu. Tajā iekļaujot būtiskāko informāciju par konkursu – tā mērogu, iesaistītās skolas, konkursantus, pārstāvētās profesijas utt.
- Pielāgota video materiāla versija (2.video) sociālajiem tīkliem, kas ir 30 sek gara, iekļaujot subtitrus latviešu valodā.
 - Plānojot video materiālus, jānodrošina visas iesaistītās puses - intervētājs, scenārists, operators (vai vairāki, ja nepieciešams), montētājs u.c., ja nepieciešami.
- Video materiāli pēc konkursa:
 - 3 min video materiāls (3.video), kas ir veidots kā atskata video ar spilgtākiem momentiem jeb highlight materiāls par notiekošo pasākumu.
 - Pielāgota video materiāla versija (4.video) sociālajiem tīkliem, kas ir 30 sek gara, iekļaujot subtitrus latviešu valodā.
 - Plānojot video materiālus, jānodrošina visas iesaistītās puses - intervētājs, scenārists, operators (vai vairāki, ja nepieciešams), montētājs u.c., ja nepieciešami.
 - Katras konkursa norises dienas video reportāžas sociālajiem medijiem.
 - Katra atskata garums aptuveni 1 min. Kopā 4 video atskati.
 - Plānojot video materiālus, jānodrošina visas iesaistītās puses - intervētājs, scenārists, operators (vai vairāki, ja nepieciešams), montētājs u.c., ja nepieciešami.
 - Jāņem vērā, ka konkursa norises laikā, kad konkursanti strādā pie darba uzdevuma, viņi nevar sniegt interviju. Ar konkursantu iespējamie interviju laiki ir pirms konkursa, pēc konkursa un pusdienlaiks.

Video materiālu tehniskās prasības:

Video materiāla izstrādei jāparedz:

- satura izstrāde, scenārija sagatavošana;
- video un foto uzņemšana, apstrāde, montāža;
- intervēšana un aizkadra tekstu ierunāšana Rīgā un Latvijas reģionos;
- infografiku, animāciju un citu mūsdienu informācijas tehnoloģiju izmantošana datu un informācijas atraktīvai vizualizācijai;
- fona mūzikas izvēle. Visu materiālu izmantošanu izpildītājs veic saskaņā ar Autortiesību likumu un uzņemas atbildību par iespējamajiem pārkāpumiem;
- aizkadra tekstu (aprakstu) izstrāde un ierunāšana (apraksta saturs tiek saskaņots ar Pasūtītāju);
- citi sagatavošanas darbi, kas nepieciešami uzdevuma izpildei

Fiziskā formātā - DVD dis
kā

Faila veids: Ar DVD savi
etojams M2V

Faila veidā –
izmantošanai internetā

Faila veids: MP4 (MPEG4)
Video kodējums: H.264/PAL

	<p>Video kodējums: MPEG2 /PAL Kadru ātrums: 25fps Straume: 4Mbps Straumes veids: VBR Video izšķirtspēja: 720x576 Kadrs: Progressive Pikseļu proporcija: 1.458 (Widescreen, FHA) Audio: PCM, Stereo Samplēšana: 48 kHz Skaļuma ierobežojums: -10dBFS (peak)</p>	<p>Kadru ātrums: 25fps Straume: 10Mbps Straumes veids: VBR Video izšķirtspēja: 1920x1080 Kadrs: Progressive Pikseļu proporcija: 1.0 (Square) Audio: AAC, Stereo Audio straume: 320kbps Samplēšana: 44,1 kHz Skaļuma ierobežojums: -10dBFS (peak)</p>						
	<p>Videomateriāla iegūšanai izmantojamā tehnika: Pilna kadra vai APC tipa sensora kamera (DSLR vai līdzvērtīgs), ar Full HD izšķirtspējas kapacitāti. Skaņas ieraksts jāveic ar ārēju mikrofonu (var būt uz kameras).</p>							
	<ul style="list-style-type: none"> • Nodrošināt fotogrāfa pakalpojumus visu konkursa norises laiku un citus foto pakalpojumus pirms konkursa norises nepieciešamo publicitātes un reklāmas materiālu sagatavošanai. Kā arī jānodrošina katras dienas foto atskatu sagatavošana VIAA Flickr kontam un sociālajiem tīkliem un to publicēšanu. • <u>Reklāma medijos un interneta portālos.</u> Jāparedz reklāma un reklāmraksti portālā e-klase.lv un mykoob.lv, kas ir vadošie mācību sociālie tīkli kampaņas prioritārajai mērķgrupai, kā arī citos medijos. • <u>Reklāma radio.</u> Reklāma radio, kas uzrunā gan primāro, gan sekundāro mērķauditoriju un pēc iespējas aptver visus Latvijas reģionus, informējot sabiedrību par konkursu un aicinot to apmeklēt. • Piedāvājumā jāapraksta izvēlēto radio staciju/-as, džingla provizorisko raidlaiku un biežumu, kā arī radio džingla provizorisko vēstījumu. • Nepieciešami arī citi reklāmas risinājumi saskaņā ar kampaņas koncepciju. Jāapraksta reklāmas radošais risinājums. <p><i>(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo detalizētu reklāmas piedāvājuma plānu, kuru saskaņo ar Pasūtītāju. Video digitālās komunikācijas aktivitāšu gadījumā, uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo detalizētu scenāriju un kadru plānu, savukārt digitālās komunikācijas aktivitātēm – dizainus.</i></p>							
<p>2.5. Reklāmas materiāli</p>	<p>Visi 2.5.punktā “Reklāmas materiāli” ir jāizstrādā un jānodod Pasūtītājam līdz šī gada 3.aprīlim.</p>							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Materiāls</th> <th>Apraksts</th> <th>Skaits</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>T-krekli konkursantiem un komandu vadītājiem</td> <td>T-krekli tiks piešķirti katram konkursantam un katras skolas komandu vadītājiem.</td> <td>160</td> </tr> </tbody> </table>	Materiāls	Apraksts	Skaits	T-krekli konkursantiem un komandu vadītājiem	T-krekli tiks piešķirti katram konkursantam un katras skolas komandu vadītājiem.	160	
Materiāls	Apraksts	Skaits						
T-krekli konkursantiem un komandu vadītājiem	T-krekli tiks piešķirti katram konkursantam un katras skolas komandu vadītājiem.	160						

		<p>Vīriešu un sieviešu T-krekli, jāparedz izmēru pieejamība no XS – XXL izmēram. Blīvums: 170g/m². Audums: 100% kokvilna; Apdruka: 1 x A4 un 2 x A5 un 50 cm x 7 cm balti apdrukājamie laukumi Krāsa: krāsu nosaka Pasūtītājs Iepakojums: katrai vienībai jābūt atsevišķā polietilēna iepakojumā, uz kura norādīts attiecīgais sieviešu vai vīriešu izmērs. Dizaina izstrāde un druka.</p>		
	<p>Polo krekli brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbinācu vadītājiem</p>	<p>Atšķirīgas krāsas polo krekli, lai apmeklētāji atpazītu brīvprātīgos, organizatorus un darbinācu vadītājus un nepieciešamības gadījumā varētu pie viņiem vērsties pēc palīdzības.</p> <p>Vīriešu un sieviešu polo krekli, jāparedz izmēru pieejamība no XS – XXL izmēram. Audums: 100%-90% kokvilna, 0-10%, poliesteris. Blīvums: 200 g/m². Prasības: polokrekliem baltas dekoratīvas svītras uz apkakles un piedurknēm; sarža lente; sānu šķēlumi; dubultais šuvums. Apdruka: izšuvums 1 krāsā, izšuvuma vietas - 3 dažādas; 3 dažādi dizaini. Uz krekliem šādi izšuvumi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 70x54 mm – izšuvums krūšu daļas kreisajā pusē • 200x70 mm – izšuvums mugurpusē (piešūti auduma burti). Jāparedz 3 veidu dažādi izšuvumi aizmugurē (brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbinācu vadītājiem) • 70x20 mm – izšuvums uz labās piedurknes <p>Polo krekla krāsa: krāsu nosaka Pasūtītājs. Katrai cilvēku grupai - brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbinācu vadītājiem, iespējama cita krāsa.</p> <p>Iepakojums: katrai vienībai jābūt atsevišķā polietilēna iepakojumā, uz kura norādīts attiecīgais sieviešu vai vīriešu izmērs. Dizaina izstrāde un druka.</p>	100	

	Mugursomas ar apdruku konkursantiem un komandu vadītājiem	<p>Konkursa reklāmas materiāls konkursantiem.</p> <p>Ērta un izturīga mugursoma. Polsterēts viens liels un viens mazs nodalījums mugursomas iekšpusē. Somas priekšpusē liels nodalījums ar rāvējslēdzēju, kura iekšpusē vairāki nodalījumi un kabatiņas. Uz priekšējā nodalījuma ir kabatiņa ar rāvējslēdzēju. Polsterēta somas priekšpuse un mugurpuse un plecu siksnas. Plecu siksnas regulējamās. Somai ir īpašs rokturis ērtai pārnēsāšanai - apaļš plastmasas ietvars apkārt auduma rokturim. Somai ir izeja austiņām.</p> <p>Izmērs: 42x35x17cm.</p> <p>Materiāls: vismaz 400D poliesters.</p> <p>Apdruka: pilnkrāsu sietspiedes apdruka.</p> <p>Drukas laukums 20x15 cm un 4x18 cm.</p> <p>Dizaina izstrāde un druka.</p>	180
	Laminētas ID kartes un kakla lenta	<p><u>Laminētas ID kartes:</u></p> <p>Formāts: kartonam – 105x105mm; kopā ar laminēto plastmasu – 135 mm (garums) x 115 mm (platums). Materiāls: 250 gr Tom&Otto papīrs vai līdzvērtīgs papīrs.</p> <p>Apdruka: 4+4, iekļaujot konkursanta fotogrāfiju. Valoda: latviešu. Identifikācijas kartēm pēc to apdrukas ir jābūt ielaminētām.</p> <p>Kartes augšējai malai ar ielaminētu plastmasas virsmu jābūt 30 mm platai, ar 2 apaļiem caurumiem (5x5mm), lai ievietotu kartes turētājus – karabīnes. Caurumi atrodas viens no otra 60 mm attālumā un pa vidu ielaminētai joslai.</p> <p>Maketēšana esoša dizaina ietvaros. Druka.</p> <p><u>Lenta:</u></p> <p>Apdrukājama kakla lenta ar alumīnija karabīnēm katrā lentas galā;</p> <p>Karabīnes izmērs: 2 cm</p> <p>Lentas izmērs: 1,5 x 90 (2x45) cm;</p> <p>Materiāls: poliesters</p> <p>Apstrāde: 4 krāsu sietspiede; viens dizains.</p> <p>Druka.</p>	300
	Diplomi, pateicības raksti	<p><u>Diplomu maketēšana esoša dizaina ietvaros un druka:</u></p> <p>Izmērs: A4</p> <p>Papīrs: matēts krītpapīrs 300 g/m²</p>	400

		Druka: viopusēja, digitālā druka (4+0, CMYK) Maketēšana esoša dizaina ietvaros. Druka. Maketi ar nelielām izmaiņām katrā maketē.	
	Medaļas	Kaklā karināmas zelta, sudraba un bronzas medaļas; Materiāls: tērauds ar sudraba, zelta vai bronzas krāsas pārklājumu Diametrs: vismaz 7 cm Biezums: 2-3 mm Abpusējā gravēšana/uzliešana. Lenta Latvijas karoga karmīnsarkanā krāsā. Lentas izmērs: 1,5 x 90 (2x45) cm. Materiāls: poliesters. Dizaina izstrāde un gravēšana vai uzlējuma veidošana.	120
	Plakāts	Formāts: A1 Papīrs: 200g/m2, matēts krītpapīrs Apdruka: 4+0 CMYK Apstrāde: ofseta laka Druka, dizaina izstrāde un maketēšana	15

*Norādītajiem izmēriem pieļaujama 5% pielaipe.
Visi materiāli ir jāpiegādā uz Pasūtītāja norādīto adresi.
Uzsākot darbu pie materiālu veidošanas, Pretendents saskaņo to dizainus.*

III Darba uzdevuma pielikums – kampaņas laika plāns

Pielikums	Apraksts
Provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns	<ul style="list-style-type: none"> Jā sagatavo un jā iesniedz kampaņas aktivitāšu provizoriskais laika plāns, kas ietver ne tikai kampaņas īstenošanas posmu, bet arī kampaņas sagatavošanas un atskaitīšanās posmu. Provizoriskais aktivitāšu laika plāns Pasūtītāja izpratnē ir plāns kalendāra formātā, kas ietver kampaņas taktikas aktivitātes nosaukumu un kalendāro nedēļu vai provizoriskos datumus, kad tās plānotas. Laika plānā netiks vērtēta konkrētu datumu izvēle, bet aktivitāšu kopējā sasaiste un mijiedarbība kampaņas laikā, tāpēc, uzsākot darbu pie kampaņas, pieļaujamas nobīdes aktivitāšu īstenošanas datumos un Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu koriģēt un aktualizēt laika plānu atbilstoši faktiskajai situācijai, uzsākot kampaņas īstenošanu un kampaņas norises laikā pēc nepieciešamības.

IV Kampanas laika grafiku un finanšu piedāvājumu ietekmējošie praktiskie aspekti

Aspekts	Skaidrojums
Kampanas koordinēšana	<ul style="list-style-type: none"> Kampanas norises koordinācija ir Pretendenta tiešā atbildībā, saskaņojot to ar Pasūtītāju.
Kampanas valoda	<ul style="list-style-type: none"> Kampanas laikā jāparedz literārajām normām atbilstoša un mērķauditorijai piemērotu tekstu veidošana visām komunikācijas vajadzībām.
Norēķināšanās kārtība	<ul style="list-style-type: none"> Līgums ar Pretendentu neparedz priekšapmaksu, bet maksājumus par padarīto 2 daļās: <ul style="list-style-type: none"> 1.daļa - Reklāmas materiālu sagatavošana; 2.daļa – Informatīvās kampanas realizācija. <p>Maksājumu veikšanas detalizēta kārtība norādīta iepirkuma līguma projektā.</p>
Atskaitīšanās kārtība	<ul style="list-style-type: none"> Pēc kampanas Pasūtītājs organizē kampanas izvērtējuma tikšanos klātienē, piedaloties Pasūtītājam un Pretendentam. Tajā Pretendents uzstājas ar prezentāciju, iepazīstinot ar kampanas rezultātiem un klātienē tos pārrunājot. Pēc izvērtējuma tikšanās Pretendents 10 (desmit) darba dienu laikā sagatavo detalizētu atskaiti par kampanas norisi un realizētajām aktivitātēm. <ul style="list-style-type: none"> Kampanas koncepcija. Kampanas stratēģisko mērķu sasniegšanas vērtējums – vai un kā galvenā ideja, sauklis, vēstījumi un vizuālā identitāte palīdzēja sasniegt mērķus; Kampanas taktika. Īstenotās aktivitātes un to sasniegtie kvantitatīvie un kvalitatīvie rezultāti atbilstošo tehniskajā piedāvājumā plānotajam, ietverot ilustrācijas, fotoattēlus, datus, u.c. Kampanas publicitāte. Kampanas sabiedrisko attiecību sasniegtie rādītāji, tajā skaitā: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Preses reližu uzskaitē un rezonanse ziņu aģentūrās, ✓ Kopējās publicitātes uzskaitē un to kvantitatīvā analīzē (nacionālo un reģionālo mediju griezumā, mediju tipa griezumā, mediju valodas griezumā, atspoguļoto profesionālās izglītības iestāžu griezumā), ✓ Kopējās publicitātes kvalitatīvā analīzē (tematiskais griezumā, publicitātes dinamika pa dienām un nedēļām saskaņā ar kampanas laika plānu, vēstījumu publicitāte), ✓ Nozīmīgāko publikāciju klipings, kurās kampanas tēma atspoguļota plašākā kontekstā, ✓ Sociālo mediju komunikācijas izvērtējums (!) Pasūtītājs nodrošinās Pretendentam pieeju savam mediju monitoringam e-pasta formātā, taču publicitātes uzskaitē Pretendentam jāveic pašam. Secinājumi un ieteikumi. Pretendenta secinājumi un ieteikumi nākamo kampanu organizēšanā. <p>Atskaite jāiesniedz drukātā un elektroniskā formātā.</p>
Kampanas	<ul style="list-style-type: none"> Pēc saistību izpildes Pretendents nodod datu nesējā vai saglabā uz

nodevumi	Pasūtītāja FTP servera visu kampaņas laikā izstrādāto materiālu gala versijas un rediģējamus izejas failus (piemēram, piekļuvi digitālajam rīkam, eps paplašinājuma failus ar maketiem utt.)
----------	--

VIZUĀLĀ IDENTITĀTE

Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* vizuālā identitāte:

1. Konkursa *SkillsLatvia* logo:



1. attēls. Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* logo
2. Kampanā izmantojamās pamatkrāsas.
 - a. Violeti: CMYK 68.63 87.06 0 0/ PANTONE 7678 C/U
 - b. Karmīnsarkans: CMYK 23.53 100 86.27 18.43/ PANTONE 201 C
 - c. Balts: CMYK 0 0 0 0/ PANTONE WhiteSkillsLatvia identitāti starptautiskajos konkursos definē vadlīnijas, kuras nodrošina Pasūtītājs un, kuras ir izmantotas nacionālā konkursa vizuālizācijā.
3. Vizuālo elementu ansamblis. Projekts "Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs" ir ES finansēts, tāpēc tas paredz, ka vizuālajā komunikācijā obligāti jābūt atsaucei uz finansējuma avotiem - vizuālajos materiālos obligāti jāievieto vizuālo elementu ansamblis, galvenokārt materiāla noslēdzošajā zonā.
Maza formāta materiālos ir pieļaujama tikai ES emblēmas izmantošana.



IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

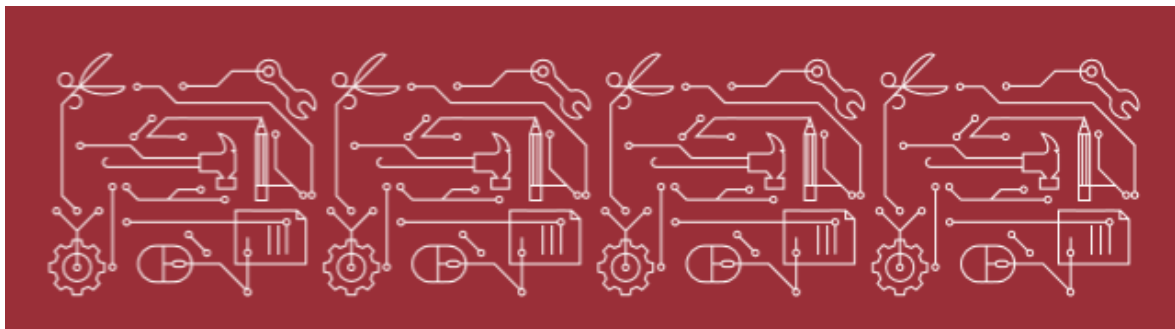
2. attēls. Finansētāju vizuālo elementu ansamblis.

4. Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* sauklis:

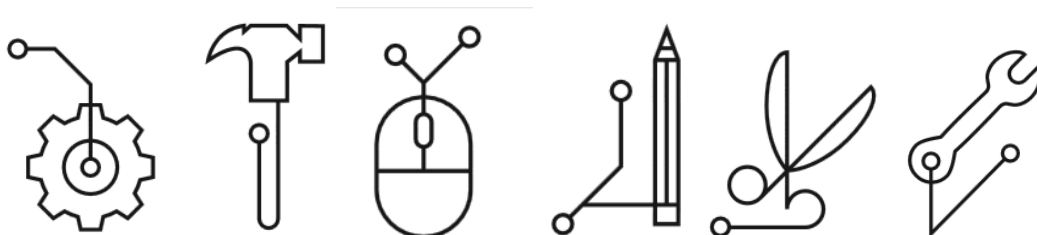
Uzvar darītājs!

3.attēls. Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* sauklis.

5. Vizuālizācijas elementi:



4.attēls. Vizuālo elementu kopa reklāmas materiāliem.



5.attēls. Sešu profesiju grupas raksturojošie vizuālie elementi.

6. 2017.gada konkursa izstrādātie materiāli



6.attēls. T-krekli un to apdruka konkursantiem.



7.attēls. Medaļas attēls konkursantiem.



8.attēls. Informatīvā plakāta dizains.



9.attēls. Lielformāta izkārtne uz norises vietas ārsienas.



10.attēls. Lielformāta norādes virs profesiju norises vietas.



3. attēls. Konkursa norises vietas centrālais, rīkotāja identitāti izceļošais stends.

Attēlu PDF rediģējamās versijas nodrošina Pasūtītājs.

PASŪTĪTĀJS:
Valsts izglītības attīstības aģentūra

IZPILDĪTĀJS:
SIA "Repute"

Informācijas un karjeras atbalsta
departamenta direktore **Inta Asare**

Projektu direktore, partnere
Sabīne Dzene

TEHNISKAIS PIEDĀVĀJUMS

Sabiedrisko attiecību aģentūra "Repute" (turpmāk tekstā – Aģentūra), plānojot un organizējot komunikācijas kampaņu *SkillsLatvia* 2018, paredz ciešu un regulāru sadarbību ar Valsts izglītības attīstības aģentūru (turpmāk tekstā – VIAA), kā arī kampaņā piesaistītajiem ekspertiem, žūrijas pārstāvjiem un citām iesaistītajām pusēm. Kampaņas plānošanas un organizēšanas procesā Aģentūra iesaistīs profesionālus un pieredzējušus cilvēkresursus un tehniskos palīgus.

6.1.Kampaņas koncepcijas apraksts

6.1.1.Situācijas analīze

2018. gadā Latvijā otro gadu pēc kārtas notiks nacionālais jauno profesionāļu meistarības konkurss *SkillsLatvia* 2018. Tas ir iespaidīgs un oriģināls pasākums, jo atvērtā olimpiādes veidā ikvienam interesentam ir iespēja sekot līdzi profesionālo izglītības iestāžu jauniešu prasmēm, kā arī iepazīties ar profesionālo izglītību Latvijā kopumā.

Lai arī meistarības konkurss notiks otro gadu pēc kārtas, profesionālā izglītība Latvijā joprojām saskaras ar vairākiem sabiedrības aizspriedumiem, tajā skaitā novecojušiem priekšstatiem par mācību saturu, mācību iestāžu materiāltehnisko bāzi un izglītības metodēm, kādas tiek piemērotas. Ņemot vērā demogrāfisko situāciju valstī, jārēķinās, kā arī profesionālās izglītības iestādes konkurē par ikviena audzēkņa piesaisti. Tikmēr darba tirgū ir nemainīgs pieprasījums pēc savas jomas profesionāļiem, akcentējot darba vidē balstītas mācības un izglītību, kas nodrošina darba tirgus vajadzībām atbilstošus speciālistus. Darba devēji ir ieinteresēti piesaistīt potenciālos darbiniekus, kurus ir salīdzinoši viegli iekļaut darbavietā.

Ņemot vērā šos apstākļus un analizējot meistarības konkursa ideju, jāuzsver, ka *SkillsLatvia* 2018 ir veiksmīga platforma, kur satikties jaunajiem talantiem (profesionālo skolu audzēkņiem); topošajiem speciālistiem, kuri vēl tikai domā par savu nākotnes profesiju; pedagogiem un darba devējiem. Tā ir unikāla iespēja dzīvē redzēt un novērtēt profesionālo izglītību kā vērtību, kas sniedz būtisku pamatu tālākajai karjerai.

Tieši atšķirīgā *SkillsLatvia* konkursa forma un veids, kā konkurss tiek organizēts, nozarei un sabiedrībai kopumā sniedz vērtīgu pieredzi profesionālo izglītību Latvijā ieraudzīt it kā no jauna un daudzos gadījumos – līdz šim nezināmā kvalitātē. Mūsuprāt, tieši tāpēc konkursam ir ļoti augsts potenciāls pakāpeniski lauzt novecojušos stereotipus par profesionālo izglītību Latvijā un būvēt pavisam jaunu sabiedrības attieksmi par šo izglītības sfēru.

6.1.2.Kampanas mērķi

Aģentūra sava piedāvājuma izstrādē ir vadījusies pēc Tehniskajā specifikācijā izvirzītajiem kampanas mērķiem:

- Izveidot nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* 2018 atpazīstamību nacionālā mērogā;
- Informēt primārās un sekundārās mērķa grupas par konkursu, iespēju apmeklēt pasākumu, kā arī nodrošināt apmeklētāju interesi par konkursa norisi 25. un 26. aprīlī;
- Veicināt primārās un sekundārās mērķauditorijas izpratni par profesionālās izglītības kvalitāti, par karjeras izglītības iespējām, nodarbinātības izvēlēm, sabiedrības un darba tirgus vajadzībām, tādējādi stiprinot profesionālās izglītības prestižu.

6.1.3.Kampanas mērķauditorija

Kā kampanas mērķauditorija ir izdalītas divas galvenās grupas:

- Primārā mērķauditorija: vispārējās izglītības iestāžu un profesionālās izglītības iestāžu izglītojamie, pedagogi, karjeras konsultanti;
- Sekundārā mērķauditorija: pedagogi, izglītības speciālisti un eksperti, nacionālie un reģionālie mediji, un sabiedrība kopumā.

6.1.4.Kampanas galvenā ideja

2017. gadā veiksmīgi ir pieteikts nacionālais jauno profesionāļu meistarības konkurss *SkillsLatvia* ar saukli “Uzvar darītājs!”. Tajā atspoguļojas ideja par profesionālo skolu audzēkņiem kā uzvarētājiem, pateicoties viņu izkoptajām prasmēm un pieredzei konkrētā profesijā salīdzinoši agrā vecumā. Uzsaukumā skaidri tiek nodots vēstījums arī par meistarības konkursa dalībniekiem kā uzvarētājiem, jo, neatkarīgi no rezultātiem un vietu sadalījuma, konkurss pulcē labākos un tajā iegūtā pieredze un zināšanas ir neatsveramas.

Viens no 2018. gada kampanas uzdevumiem ir turpināt komunikācijā izmantot “Uzvar darītājs!” konceptu un saukli, kā arī pērn izstrādāto vizuālo identitāti. Lai izceltu darītājus kā vērtību, Aģentūras redzējums ir šī gada kampanas stratēģiju balstīt uz **Darītāju paaudzi (Generation DO)**.

Kāpēc Darītāju paaudze?

Mēs pazīstam *X*, *Millenium*, *Z* paaudzes un vēl vairākas pirms tām. Analizējam viņu paradumus, pasaules uztveri, lēmumu pieņemšanu un to, kā katra no paaudzēm ietekmē sabiedrību kopumā. Saskaņā ar pētījumiem zinām, ka vienas paaudzes cilvēkiem raksturīgi stabilitātes meklējumi, kamēr citi (piemēram, *Millenium*), orientējas uz pilnīgi atšķirīgām dzīves vērtībām – iespēju izmantošanu un dzīves baudīšanu.

Velkot paralēles ar šo paaudžu dalījumu, jāatzīst, ka esošajiem un topošajiem profesionālo skolu audzēkņiem arī var piedēvēt tikai viņiem raksturīgas kopienas iezīmes. Viņu pasaules skatījumā caurstrāvo pārliecība, ka sasniegumi ir likumsakarīgi, ja Tu dari! Tas

ir stāsts par darītājiem un viņu meistarību – praktiskām iemaņām, konkrētu karjeras redzējumu, ieguldītu darbu un neatlaidību sasniegt iecerēto. Darītājus vieno savs domāšanas veids. Tā ir vesela paaudze, kas turas pie ārkārtīgi patiesām, aktuālām un ilgtermiņā dzīvotspējīgām vērtībām.

Piesakot Darītāju paaudzi *SkillsLatvia* 2018 komunikācijas kampaņā, vēlamies izcelt īpašo, kas raksturīgs tikai esošajiem un topošajiem profesionālo mācību iestāžu audzēkņiem. Pasvītrojot unikālo, turpināsim lauzt sabiedrībā iesīkstējušos stereotipus par profesionālo izglītību Latvijā. Savukārt jauniešos vairosim pašapziņu piederēt profesionālo skolu audzēkņu kopai jeb “piederēt Darītāju paaudzei/ Darītājiem – tas ir stilīgi!”. Šāda pieeja jo īpaši uzrunās jauniešus, kuriem šajā vecuma posmā ir svarīgs apkārtējo novērtējums un socializēšanās.

Tikpat svarīgi ir tas, ka Darītāju paaudzei pieder arī tie profesionāļi, kuriem šobrīd jau ir veiksmīga karjera un kuri ar savu piemēru var iedvesmot citus. Komunikācijas kampaņas laikā aktualizēsim sabiedrībā zināmu profesionāļu piemērus, kuru esošā profesionālā darbība būs sasaistīta ar kādu no meistarības konkursa profesiju grupām. Parādot, cik patiesībā daudzveidīga ir Darītāju paaudze un, cik prestiži ir būt daļai no tās, jauniešus vēl vairāk motivēsim izvēlēties izglītību saistīt ar profesionālajām izglītības iestādēm.

Darītāju paaudze ir uzskatāms piemērs arī tam, ko šobrīd meklē un kas ir vajadzīgs darba tirgum – profesionāļus ar konkrētām prasmēm, tādējādi komunikācijā izcelsim, ka, pateicoties Darītāju paaudzei, iegūst visa sabiedrība.

Savukārt mācībspēkiem ar Darītāju paaudzi nodosim vēstījumu, ka zināšanas un iemaņas, kuras viņi nodod saviem audzēkņiem, sabiedrībā ir cienītas un vajadzīgas.

Tā kā komunikācijas kampaņā svarīgi ir runāt jauniešiem saprotamā valodā, koncepcijā caurvijas ideja par novērtējuma celšanu un piederēšanu konkrētai kopienai – Darītāju paaudzei, tā ceļot profesionālo mācību iestāžu reputāciju. Savukārt piedāvātais angļu nosaukums “Generation DO” tam piešķirs konkrētas asociācijas ar vispārzināmo paaudžu dalījumu, kā arī ģenerēs papildus interesi sociālo tīklu platformās, kur jaunieši nereti priekšroku dod tieši angļu valodas uzsaukumiem. Prognozējam, ka “Generation DO” ir visas iespējas folklorizēties, ar laiku tā raksturojot darītājus un uz rezultātu orientētus cilvēkus.

6.1.5. Kampanas iedvesmotāji

Lai sasniegtu kampaņas mērķauditoriju, būtiski ir runāt no pieredzes stāstu prizmas. Tieši tāpēc rekomendējam kampaņai piesaistīt **Iedvesmotājus**. Tie ir savas jomas profesionāļi, kuri ar savu pieredzi, personību, aizrautību cels pārstāvētās profesijas atpazīstamību un kopumā pozitīvi ietekmēs profesionālo izglītību Latvijā.

Aģentūra ir izstrādājusi provizorisko **Iedvesmotāju** sarakstu atbilstoši konkursa profesiju grupām, kas pēc apspriešanas ar Pasūtītāju var tikt koriģēts atbilstoši kopējam redzējumam:

- Radošās mākslas un modes tehnoloģiju iedvesmotāja: **stiliste Anita Altmane;**
- Informācijas un komunikāciju tehnoloģijas iedvesmotājs: **“Draugiemgroup.com” runasvīrs Jānis Palkavnieks;**
- Ražošanas un inženiertehnoloģijas iedvesmotājs: **“AirDOG” radītājs Edgars Rozentāls;**
- Sabiedrisko un individuālo pakalpojumu iedvesmotāja: **skaistumkopšanas salona “Bbinnija” un TV šovu vadītāja Binnija Āberga;**
- Celtniecības un būvniecības tehnoloģijas iedvesmotājs: **Latvijas uzņēmuma “Boont wakeboards” dibinātājs Pāvels Losevs;**
- Transporta un loģistikas iedvesmotājs: **“Scania Latvia” vadītājs Aigars Pušinskis.**

6.1.6.Kampanas sauklis, vizuālā identitāte

Saskaņā ar Iepirkuma Tehnisko specifikāciju, kampanā tiek izmantots jauno profesionāļu meistarības konkursa sauklis “Uzvar darītājs!”

Strādājot pie kampanas vizuālās identitātes piedāvājuma, Aģentūra ir vadījusies un komunikācijas kampanā plāno izmantot jau izstrādāto nacionālo jauno profesionāļu meistarības konkursa *SkillsLatvia* vizuālo identitāti – *SkillsLatvia* logo, kā arī saukļa “Uzvar darītājs!” logo, turpinot to iedzīvināt par kampanas atpazīstamības simbolu ilgtermiņā. *SkillsLatvia* 2018 kampanas piedāvātie akcenti ir izmantot jau izstrādāto grafisko elementu kopumu – sešu profesiju grupu raksturojošos vizuālos elementus, kā arī saglabāt vizuālās identitātes pamatkrāsas – violetu, karmīnsarkanu un baltu, tās atsvaidzinot ar oranžo papildkrāsu. Tāpat Aģentūra paredz ņemt vērā nosacījumu visā vizuālajā komunikācijā integrēt vizuālo elementu ansambli, kas norādīts Iepirkuma Tehniskajā specifikācijā.

Piedāvājuma sagatavošanas laikā izstrādātas provizoriskās dizaina skices šādiem kampanas materiāliem: informatīvais plakāts kas veidots balstoties uz pērnā gada piemēru (Attēls Nr.1 un Nr.2), T-krekla dizains (Attēls Nr.3) un sociālā tīkla “Facebook” titulbilde jeb “ādiņa” (Attēls Nr.4).

Attēls Nr. 1. Informatīvais plakāts (1.variants)

SkillsLatvia

Uzvar darītājs!

**NACIONĀLAIS
JAUNO PROFESIONĀĻU
MEISTARĪBAS KONKURSS**

**SkillsLatvia
2018**

**25.–26. aprīlī
Ķīpsalas izstāžu centrā**

**IEPAZĪSTI PROFESIJAS
IZMĒĢINI SAVAS PRASMES
PIEDALIES**

 Valsts izglītības
attīstības aģentūra

**NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020** 

 **EIROPAS SAVIENĪBA**
Eiropas Sociālais
fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ



Uzvar
darītājs!



**NACIONĀLAIS
JAUNO PROFESIONĀLU
MEISTARĪBAS KONKURSS**

**SkillsLatvia
2018**

**25.–26. aprīlī
Ķīpsalas izstāžu centrā**

**IEPAZĪSTI PROFESIJAS
IZMĒĢINI SAVAS PRASMES
PIEDALIES**



Valsts izglītības
attīstības aģentūra

NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Sociālais
fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

Attēls Nr.3. T-krekla dizains



Attēls Nr. 4. Sociālā tīkla "Facebook" titulbildes jeb "ādiņas" dizains



6.2.Kampanas taktiskie risinājumi

Aģentūras piedāvātā integrētās komunikācijas kampaņa sastāv no taktisko risinājumu kopuma, kas attēlots Attēlā Nr. 5. Ar detalizētu katra risinājuma izklāstu var iepazīties Tehniskā piedāvājuma taktisko risinājumu aprakstā.

Attēls Nr. 5. Kampanjas provizoriskie taktiskie risinājumi

Sabiedriskās attiecības	<ul style="list-style-type: none">• Mediju attiecību vadība un ziņu iniciēšana visu kampanjas laiku (pirms konkursa, tā laikā un pēc) nacionālā mērogā
Reklāmas kampanja	<ul style="list-style-type: none">• Reklāma interneta vidē• Radio reklāma• Reklāma "E-klase" un "Mykoob"• Reklāma sociālajos medijos
Speciālie pasākumi (atklāšanas un noslēguma, aktivitātes konkursa laikā)	<ul style="list-style-type: none">• Atklāšanas pasākums• "Karjeras kafeterna" ar Profesijas pareģi, fotostendu, izbraukuma kafeternu, skatuvi un aktivitātēm• Noslēguma pasākums
Komunikācija sociālajos medijos, digitālā komunikācija	<ul style="list-style-type: none">• Sociālo kontu vadība 3 platformās: Facebook.com (VIAA un SkillsLatvia konti), Draugiem.lv, Twitter.com• Komunikācija visu kampanjas laiku (pirms konkursa, tā laikā un pēc)• Aptauja ar konkursu sociālo tīkla platformā• Video izstrāde saskaņā ar nolikumu
Kampanjas materiāli	<ul style="list-style-type: none">• Kampanjas reklāmas materiālu izstrāde• Prezentmateriālu nodrošināšana saskaņā ar nolikumu

6.2.1. Sabiedriskās attiecības

Kampanjas sabiedrisko attiecību mērķi ir:

- Informēt mērķauditoriju un sabiedrību kopumā par ikgadējā meistarības konkursa *SkillsLatvia 2018* norisi;
- Cēlt meistarības konkursa atpazīstamību;
- Sekmēt konkursa apmeklētību;
- Skaidrot konkursa nepieciešamību un aktualitāti saskaņā ar darba tirgus aktualitātēm;
- Iepazīstināt ar aktuālo situāciju un lauzt iesīkstējušus mītus par profesionālās izglītības iestādēm Latvijā, tā ceļot nozares reputāciju;
- Informēt par konkursa pasākumiem (atklāšanas un noslēguma pasākumiem, aktivitātēm norises vietā);
- Informēt par *SkillsLatvia 2018* rezultātiem.

Sabiedrisko attiecību aktivitātes tiek piemērotas visu kampanjas laiku, izvēršot tās pirms konkursa, gan intensitātei pieaugot nedēļu pirms un konkursa laikā. Sabiedrība tiek informēta arī par rezultātiem un spilgtākajiem *SkillsLatvia 2018* sasniegumiem.

6.2.1.1. Mediju attiecību vadība un temati

Viens no centrālajiem sabiedrisko attiecību risinājumiem ir mediju attiecības, proaktīvi veidojot un iniciējot ziņas par šādiem provizoriskajiem tematu blokiem:

- Profesionālo skolu izglītības saturs;
- Prasmes, ko apgūst jaunie speciālisti kontekstā ar darba tirgus vajadzībām;
- Meistarības konkurss *SkillsLatvia* 2018 kā nozares gada notikums Latvijas un Eiropas mērogā, dodot iespēju Latvijas jaunajiem speciālistiem pārstāvēt Latvijas vārdu starptautiskajās sacensībās;
- Jauno profesionāļu meistarības konkurss *SkillsLatvia* 2018 kā iespēja topošajiem speciālistiem iepazīties ar savu nākotnes profesiju un saņemt karjeras konsultanta ieteikumus, iepazīties ar reālu pieredzi;
- Citi temati, ņemot vērā kampaņas attīstības gaitu.

Kampaņas publicitātes nodrošināšanai tiks izmantoti dažādi mediju attiecību instrumenti: preses relīzes, viedokļa raksti, intervijas, komentāri pēc mediju pieprasījuma, tā panākot plašu rezonansi medijos. Tāpat vienam no tematiem Aģentūra rekomendē izmantot aptaujas rīku sociālā tīklā "Facebook.com". Aptaujas mērķis ir noskaidrot iemeslus, kāpēc izvēlēties mācības profesionālajās izglītības iestādēs un kādas prasmes tiek novērtētas visvairāk. Aptaujas rezultāti un iegūtie dati būs veids, kā komunicēt medijiem saistoši un, lai sāktu ģenerēt interesi par gaidāmo meistarības konkursu.

Publicitāte tiek virzīta pilnā mediju pārklājumā (drukātā prese, radio, TV, interneta mediji), aptverot medijus gan nacionālā, gan reģionālajā mērogā, kā arī strādājot gan ar latviešu valodas, gan krievu valodas medijiem.

Tabulā Nr. 1 "Kampaņas provizoriskie publicitātes temati un mediji, pamatojums" esam ieskicējuši provizoriskos preses relīžu un proaktīvo publikāciju tematus un medijus, kuros virzīt materiālus, pamatojot arī izvēlētos kanālus. Jāņem vērā, ka detalizēts sabiedrisko attiecību aktivitāšu plāns, iekļaujot publikāciju tēmas un laika grafiku tiks izstrādāts, gadījumā, ja Aģentūra iegūs tiesības realizēt kampaņu.

Tabula Nr. 1. Kampaņas provizoriskie publicitātes temati un mediji, pamatojums

Aktivitāte	Apraksts	Provizoriskais mediju kanāls	Pamatojums	Laiks
Proaktīvās publikācijas ar mērķi informēt par profesionālo izglītību Latvijā kontekstā ar <i>SkillsLatvia</i> , <i>EuroSkills</i> un <i>WorldSkills</i> konkursiem un Latvijas	Temata iniciēšana par profesionālo izglītību Latvijā: kvalitāte, statistika par audzēkņu skaitu (ja pieejama), profesiju pieprasījums no darba devējiem, audzēkņu prasmes. Aktualitāte tiek	Karjeras un biznesa rubrikas tādos mediju kanālos kā <i>Dienas Bizness</i> , <i>Neatkarīgā Rīta Avīze</i> , <i>Diena</i> ; diskusijas organizēšana Latvijas Radio 1 raidījumā <i>Kā labāk dzīvot</i>	Informēšana par profesionālo izglītību Latvijā kontekstā ar aktualitāti – meistarības konkursu <i>SkillsLatvia</i> 2018. Izvēlētajos mediju kanālos ir specializētās	Laikā no 09.- 23.04.2018.

<p>jauniešu panākumiem tajos.</p> <p>(Mērķis: 3-5 publikācijas)</p>	<p>veidota <i>SkillsLatvia</i> konkursa kontekstā, izceļot pieredzes stāstus no tiem konkursantiem, kuri ar labiem panākumiem ir startējuši arī starptautiski.</p>		<p>karjeras rubrikas, tā precīzi sasniedzot kampaņas mērķauditoriju, savukārt Latvijas Radio 1 iespējams sasniegt kvalitatīvo mērķauditoriju.</p>	
<p>Preses relīze, informējot par aptaujā iegūtajiem datiem (Istenota Facebook.com VIAA platformā) - par iemesliem, kāpēc izvēlēties mācības profesionālajās izglītības iestādēs.</p>	<p>Ar mērķi mediju dienaskārtībā aktualizēt jautājumus par profesionālo izglītību Latvijā, uz aptaujas datiem balstīta relīze par to, kāpēc izvēlēties mācības profesionālajās izglītības iestādēs un kādas iegūtās prasmes tiek novērtētas visvairāk.</p>	<p>Pilns mediju pārklājums (drukātā prese, radio, TV, interneta mediji latviešu un krievu valodā), aptverot medijus nacionālā un reģionālā mērogā.</p>	<p>Temata aktualizēšana medijos, vienlaikus informējot par drīzumā gaidāmo, centrālo gada notikumu nozarē – <i>SkillsLatvia</i> 2018.</p> <p>Pilns mediju pārklājums, lai sasniegtu plašu rezonansi medijos un aptvertu kampaņas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sabiedrību kopumā.</p>	<p>Laikā no 09.- 23.04.2018.</p>
<p>Preses relīze (1) par gaidāmo profesionālās meistarības konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018, tajā skaitā informējot par konkursa fināla pirmās daļas norisi Jelgavas tehnikumā nominācijās “Galdniecības darbi” un “Mēbeļu izgatavošana”</p>	<p>Informācija medijiem par ikgadējā meistarības konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018 norisi, mērķiem, pamatojumu, kā arī plānotajām aktivitātēm.</p>	<p>Pilns mediju pārklājums (drukātā prese, radio, TV, interneta mediji latviešu un krievu valodā), aptverot medijus nacionālā un reģionālā mērogā.</p>	<p>Informēšana par gaidāmo notikumu un tā nozīmību, aicinot to apmeklēt klātienē.</p> <p>Pilns mediju pārklājums, lai sasniegtu plašu rezonansi medijos un aptvertu kampaņas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sabiedrību kopumā.</p>	<p>10.04.2018.</p>
<p>Atkārtota preses relīze (1) par to, ka šonedēļ sākas</p>	<p>Informācija medijiem par ikgadējā meistarības</p>	<p>Pilns mediju pārklājums (drukātā prese, radio, TV,</p>	<p>Informēšana par gaidāmo notikumu un tā nozīmību, aicinot</p>	<p>23.04.2018.</p>

nacionālais jauno profesionāļu meistarības konkurss <i>SkillsLatvia</i> 2018.	konkursa <i>SkillsLatvia</i> 2018 norisi, mērķiem, pamatojumu, kā arī plānotajām aktivitātēm.	interneta mediji latviešu un krievu valodā), aptverot medijus nacionālā un reģionālā mērogā.	to apmeklēt klātienē. Pilns mediju pārklājums, lai sasniegtu plašu rezonansi medijos un aptvertu kampaņas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sabiedrību kopumā.	
Proaktīvās publikācijas (līdz 2) par gaidāmo profesionālās meistarības konkursu <i>SkillsLatvia</i> 2018 (Mērķis: 1-2 intervijas)	Konkursa nedēļā interviju un viedokļa rakstu iniciēšana, piedaloties Valsts Izglītības un attīstības aģentūras pārstāvjiem, par profesionālās meistarības konkursu, tā nozīmību un iespējām, ko tas dod gan konkursantiem, gan apmeklētājiem.	Intervijas iniciēšana nacionālā mēroga televīzijas rīta programmā (<i>LTV Rīta Panorāma</i> vai <i>LNT 900 sekundes.</i> , <i>Latvijas Radio 1 Labrīt Latvija</i>)	Informēšana par gaidāmo notikumu un tā nozīmību, aicinot to apmeklēt klātienē. Izvēlētie mediju kanāli sasniedz kampaņas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sabiedrību kopumā.	Laikā no 24.04.-26.04. 2018.
Aktuālās preses relīzes (kopskaitā 3) konkursa norises laikā un pēc tā noslēguma.	Informācija medijiem par to, ka sācies konkurss kopā ar foto no atklāšanas pasākuma (1); preses relīze (1) par rezultātiem uzreiz pēc konkursa noslēguma; preses relīze (1), to adaptējot reģionālā griezumā nepieciešamajā skaitā.	Pilns mediju pārklājums (drukātā prese, radio, TV, interneta mediji latviešu un krievu valodā), aptverot medijus nacionālā un reģionālā mērogā.	Informēšana par konkursa atklāšanu, rezultātiem un panākumiem (gan nacionālā, gan reģionālā griezumā). Pilns mediju pārklājums, lai sasniegtu plašu rezonansi medijos un aptvertu kampaņas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sabiedrību kopumā.	Laikā no 24.04.-30.04. 2018.
Proaktīvās publikācijas, iniciējot žurnālistu klātbūtni	Proaktīvās publikācijas ar mērķi demonstrēt, kā notiek konkurss, iespēju robežās organizēt	Fokuss uz televīzijām, drukāto presi un atsevišķiem interneta medijiem.	Reportāžas no notikuma vietas. Prioritāri darbs ar televīzijām,	Laikā no 24.04.-27.04. 2018.

konkursa norises dienās.	intervijas ar dalībniekiem, pedagogiem, VIAA pārstāvjiem.		drukāto presi, interneta medijiem.	
--------------------------	---	--	------------------------------------	--

6.2.2.Kampanas speciālie pasākumi

Meistarības konkursa *SkillsLatvia* 2018 paredzētos pasākumus var sadalīt trīs lielās grupās:

- Konkursa atklāšanas pasākums;
- Konkursa noslēguma pasākums un apbalvošanas ceremonija;
- Aktivitātes konkursa norises vietā.

6.2.2.1.Konkursa atklāšanas pasākums

Saskaņā ar Iepirkuma Tehnisko specifikāciju, *SkillsLatvia* 2018 atklāšanas pasākums paredzēts 24. aprīlī laikā no 18.30.-19.30. Pasākuma noskaņa ir svinīga un enerģiska, lai visiem konkursantiem, skolu pārstāvjiem, komandu vadītājiem, ekspertiem un darbnīcu vadītājiem, kā arī sadarbības partneriem un konkursā iesaistīto uzņēmumu pārstāvjiem (kopskaitā 300 apmeklētājiem) nodrošinātu svētkus un dotu pozitīvu startu šī gada konkursam! Atklāšanas pasākuma vadmotīvs ir izcelt konkursantus – Darītāju paaudzi un vēlēt izdošanos!

Kā pasākuma vadītāju variantus Aģentūra piedāvā TV raidījumu vadītāju Valteru Frīdenbergu vai radio raidījumu un pasākumu vadītāju Magnusu Eriņu, kas pēc sarunām ar Pasūtītāju var tikt attiecīgi mainīti.

Atklāšanas pasākumā tiks iekļautas tādas obligātās aktivitātes kā:

- Uzrunas, provizoriski paredzot arī Izglītības un zinātnes ministra Kārļa Šadurska uzrunu;
- Valsts izglītības attīstības aģentūras direktores Ditas Traidās uzrunu;
- Konkursantu un ekspertu zvēresta došana;
- Kampanas video demonstrēšana;
- Profesionālu mākslinieku priekšnesumi.

Konkretizējot piedāvātos māksliniekus, Aģentūra savā redzējumā ir vadījusies pēc uzstādījuma, ka priekšnesumiem ir jābūt enerģiskiem, dinamiskiem un atbilstošiem jauniešu mērķauditorijai, vienlaikus saglabājot svinīgumu. Provizoriskais mākslinieku un priekšnesumu piedāvājums - varianti - atklāšanas pasākumam ir:

- **Muzikālais priekšnesums:** jauniešu auditorijā populārais trio Rassels, Sabīne Berezina, Edvards Grieze;

- **Deju priekšnesums ar šovu:** par Latvijas *Stomp* devētā deju grupa “Pulsa efekts”, kas savos priekšnesumos izmanto dažādus priekšmetus un skaņas efektus. Kopā ar horeogrāfiju un priekšmetu palīdzību tiek izdzīvots individuāls stāsts. Konkursa atklāšanas pasākumā saredzam grupas iesaisti, lai izstāstītu stāstu par visām profesiju grupām, izmantojot katras vizuālajā identitātē iekļautos elementus!
- **Ugunsšovs:** iespaidīgs ugunsšovs, tādējādi radot pasākuma kulmināciju un efektīvu *SkillsLatvia* 2018 atklāšanas sākumu.

Pasākuma tehniskajam nodrošinājam tiks izmantots Pasūtītāja nodrošinātais skatuves aprīkojums – skatuve, tribīne, paklāji, krēsli pasākuma apmeklētājiem, projektors/ekrāns un standarta skaņu sistēma uzrunām ar 3 radio mikrofoniem. Aģentūra piesaistīs papildu tehnisko aprīkojumu apjomā, kāds tas būs nepieciešams saskaņā ar izvēlēto mākslinieku noteiktajām prasībām, kā arī nodrošinās pasākuma laikā DJ/apskaņotāju fona mūzikai, kā arī apskaņošanai visu pasākuma laiku. Aģentūra iespēju robežās, pārrunājot ar Pasūtītāju, izvērtēs arī papildu gaismu nepieciešamību, ņemot vērā pasākuma norises vietas specifiku. Aģentūra nodrošinās ziedu kompozīciju uz skatuves ar statīvu. Tāpat Aģentūra paredz izstrādāt titullaidu, kuru attēlot uz ekrāna pasākuma sākumā.

Ņemot vērā atklāšanas pasākuma nozīmīgumu, Aģentūra paredz tiešraides video nodrošināšanu ar "live video" funkciju sociālā tīklā “Facebook.com”, paredzot video filmēšanu ar divām kamerām (viens tuvplāns, viens kopplāns) un to mikšēšanu tiešraides laikā. Lai nodrošinātu kvalitatīvu tiešraides skaņu, Pasūtītājs paredz pieslēgties skaņu pultij pasākuma norises vietā. Tāpat pirms tiešraides tiks sagatavoti vizuāli tās nepieciešamībām - *intro* bilde un *outro* bilde, kā arī Pasūtītāja rīcībā tiks nodots *embed* kods, kurš ērti izvietojams neierobežotā daudzumu mājaslapu, piemēram, VAA mājaslapā.

Lai pasākumam nodrošinātu publicitāti, Aģentūra pirms atklāšanas pasākuma informēs medijus par gaidāmo notikumu preses relīzes veidā (*skatīt Tabulu Nr.1 “Kampanjas provizoriskie publicitātes temati un mediji, pamatojums”*), kā arī pēc atklāšanas izsūtīs preses relīzi kopā ar foto galeriju no atklāšanas pasākuma norises vietas. Aģentūra ir iecerējusi piesaistīt nacionālās ziņu aģentūras “LETA” fotogrāfu, tādējādi nodrošinot, ka foto galerija ir pieejama aģentūras datu bāzē visiem mediju pārstāvjiem.

Iespēju robežās Aģentūra uzrunās arī atsevišķus interneta medijus Latvijā par iespējamo tiešraides nodrošināšanu viņu platformās un atkarībā no medija intereses, piedāvājumu īsteno.

Jāuzsver, ka Aģentūra izstrādās detalizētu speciālo pasākumu scenāriju gadījumā, ja iegūs tiesības realizēt kampanju. Visu atklāšanas pasākuma organizēšanas laiku, Aģentūra cieši strādās ar Pasūtītāju un pasākuma norises vietas pārstāvjiem, pārrunājot un vienojoties par visiem tehniskajiem un organizatoriskajiem jautājumiem.

6.2.2.2. Konkursa noslēguma pasākums un apbalvošanas ceremonija

Saskaņā ar Iepirkuma Tehnisko specifikāciju, *SkillsLatvia* 2018 noslēguma pasākums un apbalvošanas ceremonija paredzēta 27. aprīlī laikā no 13.00.-15.00, pēc tam vēl stundu sekojot neformālajai daļai.

Pasākuma noskaņa ir svinīga. Tie ir svētki visiem dalībniekiem, komandu vadītājiem, konkursantu pedagogiem, skolu pārstāvjiem, ekspertiem un darbnīcu vadītājiem, kā arī sadarbības partneriem un konkursā iesaistīto uzņēmumu pārstāvjiem (kopskaitā 300 apmeklētājiem). Atklāšanas pasākuma vadmotīvs ir izcelt labākos darītājus un cildināt viņu padarīto!

Kā pasākuma vadītāju variantus Aģentūra piedāvā TV raidījumu vadītāju Valteru Frīdenbergu vai radio raidījumu un pasākumu vadītāju Magnusu Eriņu, kas pēc sarunām ar Pasūtītāju var tikt attiecīgi mainīti.

Noslēguma pasākumā un apbalvošanas ceremonijā tiks iekļautas tādas obligātās aktivitātes kā:

- Uzrunas, provizoriski paredzot Izglītības un zinātnes ministra Kārļa Šadurska uzrunu;
- Valsts izglītības attīstības aģentūras direktores Ditas Traidās uzrunu;
- Apbalvošanas ceremonija, katrā profesijā pasniedzot 3 apbalvojumus – zelta, sudraba un bronzas medaļas, medaļas pasniedzot 3 žūrijas locekļiem;
- Prezentācijas demonstrēšana, tajā iekļaujot katras profesijas spilgtākos foto momentus no aizvadītajām konkursa dienām, grafiskos risinājumus un citus rīkus, prezentāciju demonstrējot noteiktās profesijas apbalvošanas brīdī;
- Profesionālu mākslinieku priekšnesumi.

Visu pasākuma laiku viens fotogrāfs, to piesaistot no nacionālās ziņu aģentūras “LETA”, veidos reportāžu no apbalvošanas ceremonijas, vairāk koncentrējoties uz aktivitātēm skatuves zonā, zālē. Savukārt vēl viens fotogrāfs, piemēram, Toms Norde, strādās pie pasākuma foto sienas, fotogrāfējot godalgotos laureātus.

Apbalvošanas ceremonijas scenārijs tiks veidots tā, lai apbalvotu vairākas profesiju grupas pa kārtai, pasākumu “atsvaidzinot” ar priekšnesumu pauzēm. Jāpiebilst, ka arī konkursa atbalstītājiem būs iespēja sveikt uzvarētājus un/vai apbalvot savas simpātijas.

Konkretizējot piedāvātos māksliniekus, Aģentūra savā redzējumā ir vadījusies pēc uzstādījuma, ka priekšnesumiem ir jābūt enerģiskiem, atbilstoši jauniešu mērķauditorijai, vienlaikus saglabājot svinīgumu. Aģentūras provizoriskais piedāvājums priekšnesumiem ir:

- **Muzikālais priekšnesums:** Latvijas pirmā TV šova “X faktors” zvaigzne Arturs Gruzdiņš ar vismaz 3 dziesmām;

- **Pārsteigumu šovs:** sadarbībā ar “ZINOO Rīga” tiek sagatavots iluzionista šovs ar vairākiem triku elementiem un, iespējams, aktivitātē iesaistot arī kādu apmeklētāju, tādējādi radot lielāku intrigu un šova elementu.

Pasākuma tehniskajam nodrošinājumam tiks izmantots Pasūtītāja nodrošinātais skatuves aprīkojums – podests/pakāpieni pirmajām 3 vietām, skatuve, tribīne, paklāji, krēsli pasākuma apmeklētājiem, projektors/ekrāns un standarta skaņu sistēma uzrunām ar 3 radio mikrofoniem. Aģentūra piesaistīs papildu tehnisko aprīkojumu apjomā, kāds tas būs nepieciešams saskaņā ar izvēlēto mākslinieku noteiktajām prasībām, kā arī nodrošinās pasākuma laikā DJ/apskaņotāju fona mūzikai, kā arī apskaņošanai visu pasākuma laiku. Aģentūra iespēju robežās, pārrunājot ar Pasūtītāju, izvērtēs arī papildu gaismu nepieciešamību, ņemot vērā pasākuma norises vietas specifiku. Aģentūra nodrošinās ziedu kompozīciju uz skatuves ar statīvu. Tāpat Aģentūra paredz izstrādāt titullaidi, kuru attēlot uz ekrāna pasākuma sākumā.

Noslēguma pasākumam tiks nodrošināta tiešraides translēšana (“live video”) “Facebook.com” VIAA lapā.

Lai pasākumam nodrošinātu publicitāti, Aģentūra pēc noslēguma pasākuma informēs medijus par notikumu preses relīzes veidā (*skatīt Tabulu Nr.1 “Kampaņas provizoriskie publicitātes temati un mediji, pamatojums”*), pievienojot publicitātes foto. Drīz pēc medaļu sadalīšanas, ziņa tiks izplatīta arī reģionālajiem medijiem, informējot par panākumiem reģionu griezumā. Arī noslēguma pasākumā Aģentūra ir iecerējusi piesaistīt nacionālās ziņu aģentūras “LETA” fotogrāfu, tādējādi nodrošinot, ka foto galerija ir pieejama aģentūras datu bāzē visiem mediju pārstāvjiem.

Jāuzsver, ka Aģentūra izstrādās detalizētu speciālo pasākumu scenāriju gadījumā, ja iegūs tiesības realizēt kampaņu. Visu noslēguma pasākuma organizēšanas laiku, Aģentūra cieši strādās ar Pasūtītāju un pasākuma norises vietas pārstāvjiem, pārrunājot un vienojoties par visiem tehniskajiem un organizatoriskajiem jautājumiem.

6.2.2.3. Aktivitātes konkursa norises vietā

Aģentūras redzējums par citām aktivitātēm pasākuma norises vietā balstās uz koncepciju “Karjeras kafejnīca”. Tā ir atsevišķi nodalīta zona, kas uzrunās apmeklētājus un ikvienu *SkillsLatvia* 2018 apmeklētāju. Tās galvenie mērķi ir informēt, izglīt, interaktīvi iesaistīt un aizraut!

“Karjeras kafejnīca” ir atvērta 25. un 26. aprīlī laikā no 9.00-17.00 (pasākums ir bez dalības maksas), savukārt katru dienu laikā no 10.00-15:00 tajā ir īpašas aktivitātes skatuves zonā, pasākumus vadot un moderējot, piemēram, Magnusam Eriņam vai Mārtiņam Kapzemam.

Būvējot provizorisko “Karjeras kafejnīcas” darbības un satura plānu, esam iecerējuši, ka tā kļūst par centrālo vietu visiem konkursa apmeklētājiem, kur ir izvietots:

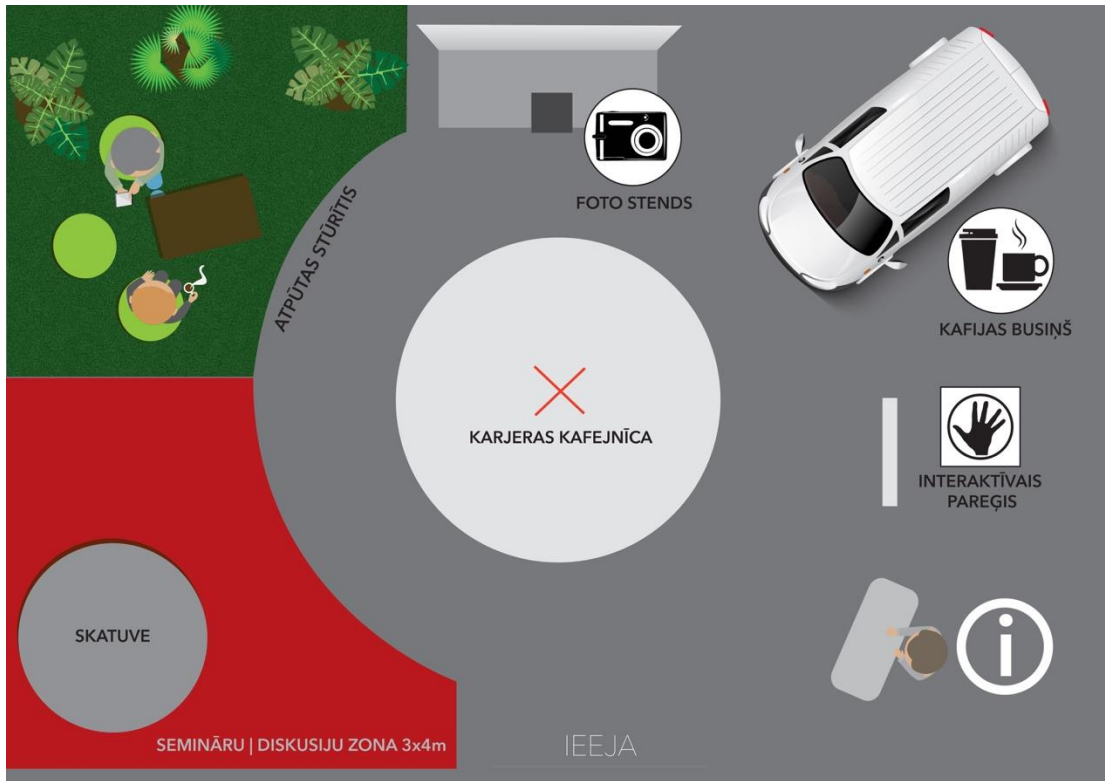
- **SkillsLatvia 2018 INFO stends:** ikviens apmeklētājs var uzzināt, kas, kur un cikos notiek attiecīgajā konkursa dienā, un tajā visu laiku atrodas promo cilvēks. Aģentūra paredz izveidot “Karjeras kafejnīcas” programmas dizainu, kuru vairākās kopijās izvietot INFO stendā;
- **Skatuve (piemēram, 3x4 m liela),** kurā plānotas dažādas par karjeras aktualitātēm saistītas sarunas ar karjeras konsultantiem un ekspertiem (provizoriski – konkursa dienās laikā no 10.00-15.00, Magnusa Eriņa vai Mārtiņa Kapzema vadībā). Tāpat Aģentūras ideja ir veidot t.s. ātros randiņus ar ekspertiem vai kampaņas ledvesmotājiem, kur ikvienam interesentam ir iespēja uzdot savus interesējošos jautājumus vai, piemēram, izspēlēt darba intervijas, kurās intervētāju lomā ir jaunieši, savukārt ledvesmotāji – “piesakās darbā”;
- **Interaktīva aktivitāte “Profesiju pareģis”:** ikvienam būs iespēja interaktīvā veidā pieskarties ekrānam un pēc plaukstas līnijām tiks prognozēta nākotnes profesija! Aktivitāte iepriekš tiek saprogrammēta, balstoties uz pasākuma tematu (profesionālā izglītība un tās iespējas Latvijā), raksturojot dažādas profesijas un pievienojot arī vēlējumu pareģojuma saņēmējam. Pēc tam, kad nākotnes profesija ir noteikta, interesents var izdrukāt 10x15 cm kartīti kā piemiņu par savu saņemto pareģojumu. Kartītes sagatave (“template”) ir veidota, izmantojot projekta vizuālo identitāti;
- **Fotostends:** ikvienam apmeklētājam ir iespēja nofotogrāfēties un saņemt fotogrāfijas izdrukus. Aģentūra paredz izstrādāt fotogrāfijas izdrukus noformējumu, izmantojot *SkillsLatvia 2018* vizuālo identitāti;
- **Izbraukuma kafejnīca un atpūtas jeb “chill zona”:** ikvienam apmeklētājam ir iespēja iegādāties kādu kafijas dzērienu un nesteidzīgi atpūsties izveidotajā atpūtas jeb “chill zonā”. Tajā atradīsies izbraukuma kafejnīca (kafijas busiņš) un būs radīta relaksējoša atmosfēra ar tādiem risinājumiem kā mākslīgais zālājs, puķupodi, pufi.

“Karjeras kafejnīcas” zonā tiek nodrošināts arī vajadzīgais tehniskais aprīkojums (tumbas, skaņu pults, mikrofoni vadītājam un skatuves zonas viesiem), kā arī DJ klātbūtne konkursa norises dienās.

Lai “Karjeras kafejnīcu” vizuāli atdalītu no pārējām aktivitātēm (konkursantu zona, profesiju paraugdemonstrējumi), vidū tiek izveidots vizuāls stends, kā arī tiek sagatavotas norādes uz statīviem par katru “Karjeras kafejnīcas” aktivitāti, izvietojot tās pie katras aktivitātes norises vietas. “Karjeras kafejnīcas” provizorisko vizuālo skici skatīt Attēlā Nr.6.

Jāuzsver, ka “Karjeras kafejnīcā” plānotās aktivitātes var tikt mainītas vai papildinātas sarunās ar Pasūtītāju, ja Aģentūra iegūs tiesības kampaņu realizēt.

Attēls Nr. 6. "Karjeras kafejnīca" – provizoriskā vizuālā skice



6.2.3.Sociālie mediji un digitālā komunikācija

6.2.3.1.Sociālo mediju aktivitātes

Aktīvai un regulārai komunikācijai sociālajos medijos ir būtiska loma *SkillsLatvia* 2018 komunikācijas kampaņā:

- Sociālie mediji sniedz iespēju veidot un uzturēt komunikāciju par sarežģītiem jautājumiem vienkāršotā formā, vienlaikus padarot komunikāciju draudzīgāku un cilvēkiem vieglāk uztveramu;
- Sociālie mediji piedāvā augstu mijiedarbību ar mērķauditoriju, izmantojot tā dēvētās atzīmēšanas jeb “tagošanas” iespējas, testa jautājumus u.tml.;
- Tradicionāli sociālo mediju aktivitātēs ir augstāka auditorijas iesaiste un informācijas integrācija;
- Tā ir arī ērta saziņas platforma, kur iekļaut visas ar kampaņu saistītās ziņas un materiālus dažādos (multi-mediju) formātos – teksts, foto, video, GIF.
- Šobrīd informāciju sociālajos medijos iespējams pasniegt ne tikai ierakstu veidā, bet arī interaktīvu stāstu veidā (piemēram, “Facebook Stories”), tiešraidēs (“live video”), izveidojot notikumu (“Facebook event”), papildinot video ar dažādiem aplikāciju video “filtriem” u.tml.

Lai nodrošinātu mērķauditorijai saistošu un interesantu saturu, Aģentūra plāno nodrošināt komunikāciju 3 jau esošajās sociālo mediju platformās – “Draugiem.lv”, “Facebook.com” un “Twitter.com”, izmantojot gan VIAA, gan “*SkillsLatvia*” kontus:

- Komunikāciju “Draugiem.lv” plānots nodrošināt, izmantojot VIAA oficiālo kontu <http://www.draugiem.lv/VIAA>;
- Komunikāciju “Facebook.com” plānots nodrošināt divos kontos – VIAA kontā <http://www.facebook.com/VIAA.LV/> un *SkillsLatvia* kontā <http://www.facebook.com/SkillsLatvia>;
- Komunikāciju “Twitter.com” plānots nodrošināt VIAA oficiālajā kontā @VIAA_LV.

Kā papildu komunikācijas platformu Aģentūra plāno izmantot VIAA “Flickr” kontu, kur veidot fotogrāfiju galerijas par konkursa norisi – katras dienas foto atskatu.

Ņemot vērā to, ka viens no kampaņas primārajiem mērķiem ir veidot konkursa *SkillsLatvia* atpazīstamību, Aģentūra plāno kā galveno komunikācijas platformu sociālajos medijos izmantot *SkillsLatvia* kontu sociālajā medijā “Facebook”. Savukārt VIAA kontu saturu sociālajos medijos “Draugiem.lv” un “Twitter” pielāgot pēc *SkillsLatvia* “Facebook” lapas satura, tajos publicējot informāciju, kas atbilst VIAA sociālo mediju satura vadlīnijām.

Ar sociālo mediju kontos norītošo aktivitāšu palīdzību, Aģentūra nodrošinās, lai informācija par konkursu sasniegtu gan primāro, gan sekundāro mērķauditoriju. Šī iemesla dēļ Aģentūra plāno radīt daudzpusīgu un interaktīvu sociālo mediju saturu.

Galvenie sociālo mediju satura mērķi *SkillsLatvia* 2018 komunikācijas kampaņas laikā ir:

- Konkursa atpazīstamības un publicitātes veicināšana nacionālā mērogā;
- Konkursa apmeklētības un intereses par to un tā norisi veicināšana;
- Primāro un sekundāro mērķauditoriju informēšana par konkursu;
- Mērķauditorijas izglītošana un izpratnes veidošana par profesionālās izglītības kvalitāti, izglītības iespējām, darba tirgus vajadzībām;
- Sekotāju skaita pieauguma veicināšana sociālo mediju kontos.

Aktīvu komunikāciju sociālajos medijos Aģentūra plāno sākt ar 2018. gada 9. aprīli, tādā veidā nodrošinot, ka kontu saturs ir aktuāls jau pirms paša pasākuma norises un ir saistošs gan pasākuma dalībniekiem, gan potenciālajiem pasākuma apmeklētājiem. Komunikāciju visos ar konkursu saistītajos sociālo mediju kontos Aģentūra plāno saglabāt līdzvērtīgu un aktivitātes ziņā - līdzsvarotu. Saturu visām sociālo mediju platformām Aģentūra plāno sagatavot pēc vienotām vadlīnijām.

Uzsākot darbu pie komunikācijas, Aģentūra izstrādās sociālo mediju kontu noformējuma “ādiņas”, kas tiks izmantotas kampaņas laikā. Aģentūra paredz izstrādāt un saskaņot ar Pasūtītāju vienu “ādiņu” dizainu un to pielāgot atbilstoši 3 sociālo mediju kontiem – “Draugiem.lv”, “Facebook” un “Twitter”. Datumā, kad tiks uzsākta komunikācija, Aģentūra tās ievietos ar konkursu saistītajos sociālo mediju kontos. Uzturot komunikāciju sociālo mediju kontos, Aģentūra paredz izmantot vienotu ierakstu vizuālo noformējumu.

Sociālo mediju ierakstos Aģentūra plāno izmantot mirkļbirkas (“hashtags”) - #SkillsLatvia2018 vai #SkillsLatvia (neminot gadu), #uzvardaritajs, kā arī #GenerationDO, tādējādi veicinot sociālo mediju lietotāju interakciju un vienotu pasākuma identitāti sociālo mediju platformās.

Atsevišķu ierakstu izcelšanai plānots izmantot ierakstu reklamēšanu (“boost”), tādējādi sasniedzot plašāku auditoriju. Sasniedzamā auditorija ierakstu reklāmās tiks segmentēta pēc vecuma un interesēm.

Aģentūra apņemas izstrādāt un ar Pasūtītāju saskaņot iknedēļas sociālo mediju komunikācijas plānu, tajā ietverot ierakstu saturu, publicēšanas datumu, laiku un platformu, iekļaut izmantotās mirkļbirkas, izstrādāt ierakstus pavadošos vizuālus JPG, GIF, video vai citā formātā, atbilstoši ierakstu vizuālā noformējuma vadlīnijām.

Aģentūra plāno nedēļas laikā ievietot līdz 8 ierakstiem katrā no sociālo mediju platformām, tādējādi nodrošinot lapu sekotājus ar aktuālu un interesantu informāciju, kas mudinātu ne tikai sekot lapai, bet arī apmeklēt konkursu klātienē. Ierakstu izvietojuma intensitāte tiks plānota atkarībā no pasākuma aktivitātēm, nodrošinot to, ka aktivitātes tiek atspoguļotas piemērotā apmērā. Iespēju robežās Aģentūra plāno veikt viesu un dalībnieku “atzīmēšanu” jeb “tagošanu” (“tags”) sociālo mediju ierakstu ietvaros, piemēram, atzīmējot foto galerijās pārstāvētās profesionālās izglītības iestādes.

Aģentūra plāno komunikāciju sociālajos medijos iedalīt trīs posmos – pirms konkursa, konkurss laikā un pēc konkursa. Ņemot vērā plānotās aktivitātes, arī sociālo mediju saturs tiks plānots atbilstoši tām. Katrā no posmiem Aģentūra apņemas nodrošināt, lai sociālo mediju saturs būtu daudzpusīgs, interaktīvs un sociālo platformu lietotājiem noderīgs.

Sociālo mediju lapu saturu Aģentūra plāno nodrošināt video, foto, infografikas un GIF formātos, izveidojot ne tikai standarta ierakstus, bet arī stāstus (*Facebook stories*) un tiešraides (*Facebook live video*). Ar sociālo mediju satura palīdzību Aģentūra plāno veicināt sekotāju pieaugumu *SkillsLatvia* un VIAA sociālo mediju lapām, vairot pasākuma atpazīstamību plašākā sabiedrības daļā un nodrošināt sociālo mediju lietotājiem kvalitatīvu, viegli uztveramu informāciju.

Sociālo mediju satura provizoriskās vadlīnijas **pirms konkursa**, laika posmā no 09.04. līdz 22.04. ieskaitot:

- “Event” jeb notikuma izveide, tādējādi piesakot *SkillsLatvia* 2018 norisi, precizējot norises vietu utt., vienlaikus sniedzot iespēju konkursa dalībniekiem, apmeklētājiem atzīmēt savu plānoto klātbūtni konkursa norises dienās; Aģentūra paredz arī izveidot speciālu dizainu “Event” vizualizācijai (*cover photo*);
- Reklāmas jeb “promo/teaser” video par konkursu saīsinātā versija (garums: 30 sekundes), ar pieteikumu par konkursa norisi, aicinājumu apmeklēt *SkillsLatvia* 2018 u.tml.
- Informācija par speciālajiem pasākumiem konkursa ietvaros (piemēram, profesiju paraugdemonstrējumi, “Karjeras kafejnīca” un tās aktivitātēm), lai informētu apmeklētājus par iespējām un papildu ieguvumiem, apmeklējot konkursu;
- Aptaujas izveide par iemesliem mācīties profesionālās izglītības iestādēs un prasmēm, kas tiek novērtētas visvairāk. Aģentūra lielākai iesaistei aptaujā paredz balvas izlozi vienam no tās aizpildītājiem, balvā paredzot, piemēram, mobilā telefona pārnēsājamo akumulatoru (*Power Bank*);
- Iepazīstināšana ar konkursa žūriju un darbnīcu vadītājiem;
- Iepazīstināšana ar pārstāvētajām skolām un konkursantu skaitu;
- Interesanti fakti par pārstāvētajām profesijām un skolām;
- Laika atskaite līdz pasākuma norisei (1 nedēļa, 5 dienas, 3 dienas, 1 diena);
- Aktuālās ziņas, ņemot vērā publikācijas presē un interneta medijos.

Sociālo mediju satura provizoriskās vadlīnijas **konkursa laikā**, 24.04. līdz 29.04. ieskaitot:

- Informācija par konkursa norisi attiecīgajā dienā (piemēram, “live stream” video no atklāšanas pasākuma, foto, “Facebook” “story” par konkursa atklāšanas pasākuma spilgtākajiem mirkļiem);
- Informācija par īpašajiem pasākumiem un viesiem, t.sk. amatpersonām (iekļaujot amatpersonu izteiktās atziņas);
- Informācija par “Karjeras kafejnīcas” aktivitātēm;
- Infografiku par interesantiem ar konkursu saistītiem faktiem, piemēram, izmantoto materiālu/produktu skaits konkursa uzdevumu veikšanā u.tml.;
- Video ar konkursa iedvesmotājiem – sabiedrībā atpazīstamiem cilvēkiem, kas ir konkursa profesiju grupu pārstāvji, kuri, piemēram, aicina apmeklēt konkursu *SkillsLatvia* 2018, sniedz savu redzējumu par profesionālās izglītības nozīmīgumu, uzsverot Darītāju paaudzes priekšrocības;
- Video reportāžas (4 video, katrs līdz 1 min) no konkursa norises dienām, kur vērojams, piemēram, atskats par katru konkursa dienu, tajās notiekošajām aktivitātēm, dalībnieku un apmeklētāju emocijām u.tml.

- Dienas foto galerija;
- Dienas padoms no konkursa žūrijas pārstāvjiem par to, kā veiksmīgi startēt konkursā, kā izvēlēties profesiju un būt veiksmīgam savā nozarē;
- Dienas komentārs (no apmeklētājiem, dalībniekiem un/vai žūrijas) par gūtajiem iespaidiem pasākuma norises laikā, motivāciju apmeklēt šāda veida pasākumu un profesionālās izglītības nozīmi darba tirgū.

Sociālo mediju satura provizoriskās vadlīnijas **pēc konkursa**, laika posmā no 30.04. līdz 06.05.:

- Apkopoti spilgtākie brīži par konkursa norises dienām foto kolāžas/galerijas veidā;
- Pasākuma apmeklētāju un/vai dalībnieku atziņas un novēlējumi nākamā gada dalībniekiem;
- Komentāri no VAA pārstāvjiem un žūrijas;
- Pateicība konkursantiem, žūrijai un apmeklētājiem par dalību nacionālajā profesionālās meistarības konkursā *SkillsLatvia*.
- Noslēguma video (30 sekundes) par konkursa norisi kopumā, izceļot būtiskākos notikumus u.tml.

Katrai konkursa dienai, kas būs atvērta apmeklētājiem (25. un 26. aprīlis) Aģentūra plāno izveidot "Facebook" notikumu ("event"), tādējādi piesaistot sociālo mediju lietotājus, ļaujot "atzīmēties" ("tagoties") dalībai pasākumā un tā norises vietā un pievēršot pasākumam papildu uzmanību. Informācija par katru notikumu tiktu publiskota 5 dienas pirms pasākuma norises.

6.2.3.2. Digitālā komunikācija VAA mājaslapā un partnerlapās

Pirms *SkillsLatvia 2018* komunikācijas kampaņas uzsākšanas, Aģentūra paredz pilnveidot esošo digitālo rīku VAA mājaslapai. Digitālais rīks tiks ieskaņots jeb "embedēts" VAA mājaslapā. Tajā paredzēts integrēt visas 20 konkursā pārstāvētas profesijas un 33 konkursā iesaistītās profesionālās izglītības iestādes, kā arī konkursantus, iekļaujot īsu informatīvu aprakstu par katru konkursantu un tā fotogrāfiju.

Aģentūra apņemas atjaunot digitālā rīka dizainu, aktualizējot jau esošā digitālā rīka dizainu un saturu, atbilstoši *SkillsLatvia 2018* aktuālajai informācijai. Aģentūra nodrošinās digitālā rīka atjaunošanai nepieciešamos programmēšanas darbus. Visas darbības, kas tiks veiktas, atjaunojot digitālo rīku, tiks saskaņotas ar Pasūtītāju. Aģentūra paredz, ka informācija un konkursantu fotogrāfijas digitālā rīka atjaunošanai nodrošinās Pasūtītājs. Tāpat Aģentūra paredz, ka pirms digitālā rīka pilnveidošanas, Pasūtītājs nodod Aģentūrai esošo tehnisko failu, visas Pasūtītāja rīcībā esošās pieejas esošajam digitālajam rīkam.

Papildus iepriekš minētajam Aģentūra paredz kustīgu digitālo baneru izstrādi VAA mājaslapai www.viaa.gov.lv, kā arī izvietojumam pasākuma sadarbības partneru mājaslapās pēc nepieciešamības. Baneru izstrādes formāti būs: GIF, 720x300, 240x120, 240x240, 120x120 pikseļi un citi izmēri, vadoties pēc Pasūtītāja sadarbības partneru noteiktajiem izmēriem. Aģentūra apņemas izstrādāt baneru dizainu un veikt to programmēšanu, kā arī saskaņot tos ar Pasūtītāju.

6.2.4.Reklāmas risinājumi

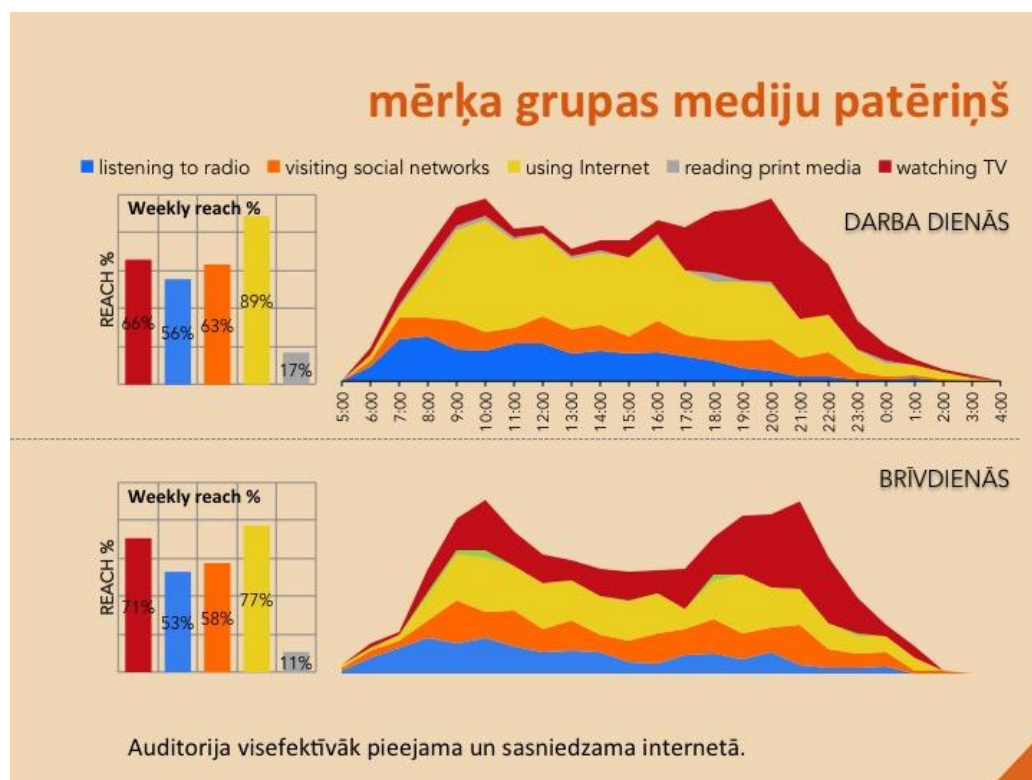
6.2.4.1.Reklāmas izvietošana medijos

Kampaņas sākuma posma galvenais mērķis ir informēšana par konkursa *SkillsLatvia* 2018 norisi un konkursa apmeklētāju piesaiste, nodrošinot efektīvu publicitāti un sekmējot konkursa atpazīstamību nacionālā mērogā. Šī mērķa sasniegšanai Aģentūra ir paredzējusi reklāmas kampaņu plašsaziņas līdzekļos, aktīvu komunikāciju sociālajos medijos un informācijas izvietošanu VIAA un partneru mājaslapās.

Jāuzsver, ka papildus reklāmas izvietošanai, Aģentūra apņemas veikt visu reklāmas materiālu ražošanu, proti, baneru izstrādi, radio džingla ierakstīšanu atbilstoši mediju specifikai, tehniskajiem norādījumiem u.tml.

Reklāmas jeb pirktu mediju izmantošana šīs kampaņas laikā ir fokusēta uz primārās un sekundārās auditorijas uzrunāšanu. Plānojot reklāmas izvietošanu medijos, ņēmām vērā vairākus aspektus. Viens no tiem ir kampaņas mērķa grupu mediju patēriņš jeb, kuros medijos kampaņas mērķa grupa smeļas informāciju visbiežāk.

Attēls Nr. 7. Mērķauditorijas mediju patēriņš



Attēlā Nr. 7 atspoguļots konkursa *SkillsLatvia* 2018 komunikācijas kampaņas primārās mērķa grupas mediju patēriņš. Tajā grafiski parādīts, ka kampaņas primārā mērķauditorija visefektīvāk ir sasniedzama internetā (tostarp mobilajā internetā), sociālajos medijos un radio. Lai arī auditorija ir efektīvi sasniedzama arī TV, kampaņas budžeta taupīšanas nolūkos Aģentūra nerekomendē izvietot reklāmu televīzijā.

Lai sasniegtu kampaņas primārajā mērķa grupā iekļautos pedagogus, karjeras konsultantus, kas atšķiras no pārējās primārās mērķa grupas ar vecuma grupu, Aģentūra

paredz speciāli mērķētu reklāmu konkrētos mediju kanālos – vadošajos mācību sociālajos tīklos “E-klase.lv” un “Mykoob.lv”, – kuru šī mērķa grupas daļa aktīvi patērē.

Sekundārās mērķa grupas sasniegšanai daļēji izmantosim reklāmu, proti, lai sasniegtu plašāku sabiedrības daļu, tostarp izglītības speciālistus un ekspertus. Daļēji sekundārā mērķa auditorija – nacionālie un reģionālie mediji – tiks sasniegti, īstenojot sabiedrisko attiecību aktivitātes.

Tabula Nr. 2. Kampaņas mērķa auditorijas interneta mediju/sociālo mediju patēriņš

	Carrier	Cvr.%	Cover	OTS	GRP	TRP
1	Youtube.com	84,9	77,4	77	43,83	84,91
2	Google.com	82,5	75,2	75	62,95	82,51
3	Instagram.com	66,8	60,9	61	14,6	66,77
4	Facebook.com	63,8	58,2	58	43,1	63,85
5	E-klase.lv	51,5	47	47	12,33	51,54
6	vk.com (Vkontakte.ru)	32,3	29,5	29	5,4	32,31
7	Gmail.com	29,5	26,9	27	19,24	29,5
8	Inbox.lv (Latviešu val.)	25,1	22,9	23	32,89	25,11
9	Draugiem.lv	20,5	18,7	19	20,25	20,51
10	TVPlay.lv	16,6	15,1	15	6,24	16,59
11	SS.lv	14	12,8	13	20,82	13,99
12	Skaties.lv	11,5	10,5	11	3,13	11,53
13	DELFI.lv (Latviešu val.)	11,5	10,5	11	26,32	11,52
14	TV NET.lv (Latviešu val.)	10,6	9,7	10	18,71	10,63
15	Twitter.com	9,9	9	9	3,28	9,9
16	Inbox.lv (Krievu val.)	9,6	8,7	9	12,46	9,56
17	Gismeteo.lv	8,3	7,5	8	11,2	8,28
18	Pinterest.com	7,7	7,1	7	3,01	7,74
19	Apollo.lv	6,9	6,3	6	15,68	6,91
20	DELFI.lv (Krievu val.)	6,3	5,7	6	14,52	6,3
21	1188.lv	5,4	4,9	5	2,81	5,39
22	Odnoklassniki.ru	4,2	3,9	4	11,61	4,23
23	Netflix.com	4,1	3,8	4	0,85	4,12
24	Yandex.ru	4	3,7	4	4,91	4,05
25	Mail.ru	3,7	3,4	3	4,65	3,72
26	Sportacentrs.com	3,1	2,8	3	3,54	3,09
27	Kasjauns.lv	2,9	2,7	3	6,04	2,94
28	Megogo.net	2,8	2,6	3	1,78	2,84
29	TV NET.lv (Krievu val.)	1,5	1,4	1	5,41	1,52
30	Dieviete.lv	1,2	1,1	1	1,68	1,23
31	LSM.lv	1,1	1	1	2,56	1,13
32	Straume.lmt.lv	1,1	1	1	0,64	1,13
33	Replay.lv (www.replay.lsm.lv)	1,1	1	1	1,32	1,09
34	Mammam.lv/Tetiem.lv	0,8	0,8	1	1,26	0,85
35	Perkamkopa.lv	0,8	0,8	1	1,1	0,84
36	Diena.lv	0,8	0,8	1	2,15	0,83
37	FinanceNet.lv	0,8	0,7	1	1,02	0,79
38	Shortcut.lv	0,4	0,4	0	0,9	0,4
39	La.lv	0,3	0,2	0	1,54	0,27
40	irlv.lv	0,3	0,2	0	0,69	0,27

41	Vesti.lv	0,3	0,2	0	1,96	0,26
42	Viaplay.lv	0,2	0,2	0	0,51	0,24
43	Nra.lv	0,1	0,1	0	1,49	0,13
44	Db.lv (Dienas bizness)	0	0	0	1,35	0
45	Fenikssfun.com	0	0	0	0,56	0
46	LinkedIn.com	0	0	0	1,18	0
47	Tvdom.tv	0	0	0	0,61	0
48	Zizu.lv	0	0	0	0,39	0

Tabula Nr. 2 parāda tos interneta mediju kanālus, kurus kampaņas primārā auditorija patērē visbiežāk (izmantoti “TNS KANTAR Online ranking” dati). Kā parāda tabula, kampaņas primārā auditorija visbiežāk patērē “Instagram.com”, “Facebook.com”, “E-klase.lv”, “Inbox.lv” un “Draugiem.lv” kanālus. Starp patērētākajiem interneta resursiem ir arī “Google”, “Youtube”, “Vkontakte.ru” un “Gmail.com”, taču efektīva mediju izvietojuma plānojuma nolūkos, kā arī ņemot vērā kampaņas darba valodu un budžetu, rekomendējam šos kanālus neizmanto.

Tabula Nr. 3. Kampaņas mērķa auditorijas radio patēriņš

	Reach	Reach %	Index T/U Reach
Skonto grupa	396	24	100
SWH grupa	372	22,6	101
Latvijas Radio 2	354	21,5	101
EHR grupa	314	19,1	99
Latvijas Radio 1	206	12,5	101
Star FM	179	10,9	101
MIX grupa	146	8,9	100
TOP Radio	131	8	100
Latvijas Radio 4	114	6,9	102
RETRO FM	107	6,5	101
Latvijas Radio 5 - Pieci.lv	68	4,2	101
RUSSKOJE RETRO/AUTORADIO	64	3,9	99
Latvijas Radio 3	46	2,8	102
Radio PIK 100 FM	43	2,6	100
Latvijas Radio 6 - NABA 95,8 FM	40	2,4	102
Capital FM	40	2,4	98
Latvijas Kristīgais radio	38	2,3	100
SWH Gold	19	1,1	102

Savukārt tabula Nr. 3 parāda tos radio kanālus, kurus kampaņas sekundārā auditorija patērē visbiežāk (izmantoti TNS dati). Kā parāda tabulā norādītie dati, kampaņas sekundārā auditorija visbiežāk klausās “Radio Skonto grupas” radiostacijas, piemēram, “Radio Skonto”, kas lielākoties aptver visus Latvijas reģionus. Ņemot vērā to, ka “Radio Skonto grupā” ietilpst radiostacija “Radio TEV”, kas orientējas uz jauniešu auditoriju, Aģentūra uzskata, ka šajā gadījumā, izvēloties reklāmas izvietojumu “Radio Skonto grupas” radio kanālos, izdodas aptvert gan sekundāro, gan primāro mērķauditoriju.

6.2.4.2.Reklāmas radošais risinājums un vēstījumi

Reklāmas radošais risinājums tiks atvasināts no kampaņas vizuālās identitātes un kampaņas koncepcijas. Šajā ziņā jāņem vērā, ka tiek saglabāta iepriekšējā gada kampaņas vizuālā identitāte un sauklis. Savukārt, kā piedāvājumā norādīts sākotnēji, kampaņas koncepcijā/stratēģijā šogad esam plānojuši likt uzsvāru uz Darītāju paaudzi, tādējādi izceļot darītājus kā vērtību.

Reklāmas kampaņas galvenais mērķis ir informēšana par konkursa *SkillsLatvia* 2018 norisi un konkursa apmeklētāju piesaiste, nodrošinot efektīvu publicitāti un sekmējot konkursa atpazīstamību nacionālā mērogā.

Reklāmas izvietojumu tradicionālajos un sociālajos medijos esam plānojuši aptuveni 3 nedēļas pirms konkursa *SkillsLatvia* 2018 norises.

Galvenie reklāmas vēstījumi radio, interneta medijos un sociālajos medijos:

- Informācija par konkursa *SkillsLatvia* 2018 norisi (konkursa būtība, norises vieta un laiks);
- Aicinājums apmeklēt konkursu *SkillsLatvia* 2018 25. un 26. aprīlī.

6.2.4.3.Reklāmas izvietojuma provizoriskais plāns

Ņemot vērā kampaņas primārās mērķauditorijas mediju kanālu patēriņu, mediju kanālu efektivitāti un efektīvu budžeta izlietojumu, Aģentūra paredz reklāmas izvietojumu nacionālajos un reģionālajos medijos – radio, interneta medijos un sociālajos tīklos. Aģentūra piedāvā izvietot reklāmu saskaņā ar tabulā Nr. 4 apskatāmo plānu.

Aģentūra plāno mediju izvietojuma plānu, īpašu uzmanību pievērša tam, lai efektīvāk aptvertu gan primāro, gan sekundāro mērķauditoriju, piedāvājot labāko mediju kombināciju (mediju mix). Ņemot vērā to, ka primārā mērķauditorija informācijas iegūšanai procentuāli vairāk izmanto interneta medijus un sociālos medijus, nekā radio, mediju izvietojuma paredzēta aptuvenā attiecība 1:3. Tas sniegs iespēju visefektīvāk sasniegt mērķauditoriju, vienlaikus iekļaujoties mediju izvietojuma plānotajā budžetā.

Tabula Nr. 4. Reklāmas izvietojuma provizoriskais plāns

Medijs	Kanāls	Vienības	Formāts/ mērķējums (TG)	Skaits (kopā)
Radio	Radio Skonto	Spoti	30" džingls	25 klipi Raidlaiki: 07:00-10:00 – 5 klipi 10:00-15:00 – 10 klipi 15:00-20:00 – 5 klipi 20:00-21:00 – 5 klipi 63 000

Radio	Radio TEV	Spoti	30" džingls	20 klipi Raidlaiki: 07:00-10:00 – 5 klipi 10:00-15:00 – 5 klipi 15:00-20:00 – 5 klipi 20:00-21:00 – 5 klipi 12 000
Internets	E-klase.lv	Impresijas	Giga baneris (980x150px) / TG: skolēni 14-19	180 000
Internets	E-klase.lv	Impresijas	Skolotāju profila baneris (250x150px) / TG: pedagogi	210 000
Internets	E-klase.lv	Impresijas	Reklāmraksts / TG: skolēni	185 000
Internets	Draugiem.lv	Impresijas (unikālie lietotāji)	Infologs (desktop & mobile, 1000x400px) / TG: 14-19, reģioni	30 000
Internets	Mykoob.lv	Impresijas	Giga baneris (980x200px) / TG: 14+	75 000
Internets	Inbox.lv	Impresijas	Giga baneris Pirmajā lapā (1600x240px) / TG: visi	360 000
Internets	Facebook/Instagram	Klikšķi / impresijas	Reklamētie ieraksti (1200x628px) / TG: 14-19	1285 / 250 000

Reklāmas izvietošana radio

Radio reklāmai paredzēta reklāmas džingla izstrāde (30 sekunžu (30") džingls). Radio džingla provizoriskais vēstījums būs informēšana par konkursa *SkillsLatvia* norisi un aicinājums to apmeklēt. Reklāmas džingla izvietošana plānota divos kanālos – radio stacijās “Radio Skonto” un “Radio TEV”. Kopumā plānojot džinglu izvietošanu radio ēterā, Aģentūra piedāvā dažādus raidlaikus aptvert vienādos apmēros. Vairāk klipu esam paredzējuši izvietot “Radio Skonto” rīta/dienas raidlaikā. Tas sniegs iespēju aptvert auditoriju, kas šo radio klausās, piemēram, darbavietā.

Reklāmas klipus raidstacijā “Radio Skonto” esam mērķējuši aptverot sabiedrību kopumā, kas ir daļa no komunikācijas kampaņas sekundārās mērķauditorijas. Turpretim reklāmas klipus radio stacijā “Radio TEV” esam mērķējuši uz jauniešu auditoriju reģionos, kas aptver gan šīs komunikācijas kampaņas primāro, gan sekundāro auditoriju.

Kopumā “Radio Skonto” esam plānojuši reklāmas džingla izvietošanu 25 reizes, bet radio stacijā “Radio TEV” – 20 reizes.

Reklāmas izvietošana internetā un sociālajos medijos

Reklāmas izvietošanai interneta medijos, esam paredzējuši dažādus tradicionālo interneta mediju un sociālo mediju kanālus:

- **Elektroniskā skolvadības sistēma/portāls “E-klase.lv”:** Ņemot vērā to, ka “E-klase.lv” ir viens no svarīgākajiem informācijas kanāliem kampaņas mērķauditorijai, tajā plānoti 3 dažādi reklāmas izvietoējumi. Šajā portālā Aģentūra plāno izvietot “Giga baneri”, “Skolotāju profila baneri” un vienu reklāmas rakstu. Par “Giga banera” mērķēto grupu esam izvēlējušies skolēnus vecumā no 14-19 gadiem. Paredzēts, ka “Skolotāju profila baneris” būs mērķēts uz pedagogiem. Savukārt reklāmas raksts tiks mērķēts uz skolēnu auditoriju. Kopumā visi reklāmas izvietoējumi “E-klase.lv” sniegs iespēju sasniegt aptuveni 575 000 lielu auditoriju.
- **Mācību sociālais tīkls “Mykoob.lv”:** Šajā vietnē esam plānojuši vienu reklāmas izvietoējumu – “Giga baneri”, kas mērķēts uz skolēniem vecumā no 14 gadiem un sniegs iespēju sasniegt aptuveni 75 000 lielu auditoriju.
- **Multifunkcionālais portāls “Inbox.lv”:** “Inbox.lv” ir plaši apmeklēts interneta resurss un nemainīgi saglabā savas līdera pozīcijas apmeklētāko interneta vietņu topus jau vairākus gadus. Šī portāla pirmajā lapā esam plānojuši izvietot “Giga baneri”, kas mērķēts, lai aptvertu sabiedrību kopumā, iespējami lielāku vietnes apmeklētāju daļu. Plānots, ka sasniegtā auditorija sasniegs 360 000 impresijas.
- **Pašmāju sociālais tīkls “Draugiem.lv”:** Komunikācijas kampaņas laikā ir nepieciešams aptvert auditoriju ne tikai nacionālā, bet arī reģionālā griezumā. Kampaņas mediju plānojumā kā efektīvu risinājumu auditorijas sasniegšanai reģionos redzam sociālo tīklu “Draugiem.lv”. Tajā esam paredzējuši izvietot “Infologu”, kas vietnes apmeklētājiem parādītos gan mobilajās ierīcēs, gan datoru ekrānos. Reklāmu esam paredzējuši mērķēt uz lielākajām Latvijas pilsētām: Liepāju, Ventspili, Daugavpili, Jelgavu un Valmieru. Kopumā ar šo reklāmas vienību plānots sasniegt 30 000 unikālo lietotāju.
- **Sociālie mediji “Facebook.com” un “Instagram.com”:** Nemainīgi būtisks kanāls komunikācijā ar kampaņas mērķauditoriju ir sociālie mediji “Facebook.com” un “Instagram.com”. Vienlaikus tie Latvijā ir arī starp izmantotākajiem sociālajiem medijiem kopumā. Aģentūra paredz izvietot reklāmu šajos sociālajos medijos – apmaksātos jeb reklamētos “Instagram.com” un “Facebook.com” ierakstus. Reklamētie ieraksti parādītos abu sociālo mediju ziņu plūsmās (“News feed”). Reklāmas izvietošanas apjoms šajos sociālajos medijos ir mērāms klikšķos uz reklamētajiem ierakstiem, kopumā esam plānojuši, ka reklāma “Facebook.com” un “Instagram.com” sasniegs aptuveni 1285 unikālos lietotājus (unikālo lietotāju klikšķus) un 250 000 impresijas. Impresiju skaits šajā gadījumā ir aprēķināms tad, kad reklāmu esam izvietojusi, jo to nosaka reklāmas izvietošanas laikā izvēlētās mērķēšanas opcijas (tiek noteiktas pie reklāmas ievietošanas, tādēļ impresijas šobrīd nav aprēķināmas).

Tabula Nr. 5. Potenciāli sasniedzamās auditorijas lielums

Kanāls	Potenciāli sasniedzamās auditorijas lielums
Radio Skonto Grupa (Radio Skonto un Radio TEV)	75 000
Inbox.lv	360 000
Mykoob.lv	75 000
E-klase.lv	575 000
Draugiem.lv	30 000
Facebook/Instagram	250 000

Tabulā Nr. 5 apkopots kopējais reklāmas kampaņas sasniegto impresiju skaits dažādos reklāmas kanālos. Lielāko auditorijas daļu esam plānojuši sasniegt “E-klase.lv”, “Inbox.lv” un “Facebook”, kā arī “Instagram”.

6.2.4.4.Video un foto materiāli

Atbilstoši Iepirkuma Tehniskajai specifikācijai, kā vienu no kampaņas reklāmas risinājumiem Aģentūra paredz video materiālu izstrādi. Konkursa aktualizēšanai Aģentūra plāno izstrādāt 8 video materiālus, kas būtu izmantojami gan pirms, gan pēc konkursa, kā arī tā norises laikā.

Video izvietojums ir paredzēts gan sociālajos medijos, gan VIAA mājaslapā, kā arī konkursa atklāšanas un noslēguma pasākumos.

Pirms konkursa Aģentūra plāno izstrādāt:

- (1.video) Reklāmas jeb “promo” video materiālu 3 minūšu garumā par konkursu, izmantojot pērn *SkillsLatvia* 2017 iefilmētos video materiālus. Video plānots iekļaut būtiskāko informāciju, kas saistīta ar konkursu – par tā norisi, mērogu, konkursantiem, pārstāvētajām profesijām un skolām, u.tml. Aģentūra paredz, ka video tiks veidots, izmantojot gan grafiskus, gan video elementus. Video plānots izvietot VIAA mājas lapā un atskaņot pasākuma atklāšanas laikā.
- (2. video) Video materiālu, kas balstīts uz reklāmas video 3 minūšu versiju, bet pielāgots sociālo mediju vajadzībām (saīsināts līdz 30 sekundēm). Video tiks iekļauti subtitri latviešu valodā.

Katras konkursa norises dienas laikā Aģentūra plāno izstrādāt atskata video reportāžas (3., 4., 5. un 6. video) sociālajiem medijiem:

- Video materiāli, katrs 1 minūtes garumā, kas atspoguļo katras konkursa dienas norisi (atskata video jeb dienas video reportāža). Kopskaitā Aģentūra izveidos 4 atskata video. Video materiālos plānots iekļaut būtiskākos, interesantākos dienas notikumus un aktivitātes, kā arī konkursantu, žūrijas pārstāvju, īpašo viesu un organizatoru komentārus (vai īsas intervijas), pēc iespējām iekļaujot pasākuma apmeklētāju viedokli par pasākuma norisi.

- Ņemot vērā konkursa specifiku, Aģentūra ņems vērā, ka konkursa norises laikā, kad konkursanti strādās pie darba uzdevuma, viņi nevarēs būt traucēti un nevarēs sniegt interviju, tāpēc tas tiks darīts brīžos, kad konkursanti nestrādās pie darba uzdevuma (pirms konkursa, pēc konkursa vai pusdienlaikā);
- Video plānots izvietot ar konkursu saistītajos sociālo mediju profilos, kā arī atskaņot noslēguma pasākumā.

Pēc konkursa Aģentūra plāno izstrādāt:

- (7.video) Atskata video materiālu 3 minūšu garumā par konkursa norisies spilgtākajiem jeb “highlights” momentiem. Aģentūra paredz, ka video tiks veidots, izmantojot gan grafiskus, gan video elementus. Video plānots izvietot VIAA mājas lapā.
- (8. video) Video materiālu, kas balstīts uz atskata video 3 minūšu versiju, bet pielāgots sociālo mediju vajadzībām (saīsināts līdz 30 sekundēm). Video tiks iekļauti subtitri latviešu valodā.

Plānojot video materiālu izstrādi, Aģentūra paredz nodrošināt visas iesaistītās puses – intervētāju, scenāristu, operatoru (vai vairākus, ja būs nepieciešams), montētāju u.c. Saskaņā ar iepirkuma prasībām, Aģentūra paredzēs video materiālu izstrādei:

- Video satura vadlīniju, kā arī scenāriju sagatavošanu;
- Video uzņemšanu, apstrādi un montāžu;
- Intervēšanu un aizkadra tekstu ierunāšanu Rīgā un Latvijas reģionos;
- Infografiku, animāciju un citu mūsdienīgu informācijas tehnoloģiju izmantošanu datu un informācijas atraktīvai vizualizācijai;
- Fona mūzikas izvēli. Visu materiālu izmantošanu Aģentūra veiks saskaņā ar Autortiesību likumu un uzņemsies atbildību par iespējamajiem pārkāpumiem;
- Aizkadra tekstu (aprakstu) izstrādi un ierunāšanu, iepriekš to saskaņojot ar Pasūtītāju;
- Citus sagatavošanās darbus, kas nepieciešami uzdevuma izpildei.

Izstrādājot video materiālus, ņemsim vērā Iepirkuma Tehniskajā specifikācijā norādītos parametrus un prasības. Lai iepazītos ar video materiālu tehnisko specifikāciju, skatiet 6. tabulu:

Tabula Nr. 6. Video materiālu tehniskā specifikācija

Fiziskā formātā – DVD diskā	Faila veidā – izmantošanai internetā
Faila veids: Ar DVD savietojams M2V Video kodējums: MPEG2/PAL Kadru ātrums: 25fps Straume: 4Mbps Straumes veids: VBR Video izšķirtspēja: 720x576 Kadrs: Progressive Pikseļu proporcija: 1.458 (Widescreen, FHA)	Faila veids: MP4 (MPEG4) Video kodējums: H.264/PAL Kadru ātrums: 25fps Straume: 10Mbps Straumes veids: VBR Video izšķirtspēja: 1920x1080 Kadrs: Progressive Pikseļu proporcija: 1.0 (Square) Audio: AAC, Stereo Audio straume: 320kbps Samplēšana: 44,1 kHz

Audio: PCM, Stereo Samplēšana: 48 kHz Skaļuma ierobežojums: -10dBFS (peak)	Skaļuma ierobežojums: -10dBFS (peak)
Videomateriāla iegūšanai izmantojamā tehnika: Pilna kadra vai APC tipa sensora kamera (DSLR vai līdzvērtīgs), ar Full HD izšķirtspējas kapacitāti. Skaņas ieraksts veicama ar ārēju mikrofonu (var būt uz kameras).	

Jāuzsver, ka visas darbības (video izstrāde, scenāriju un satura vadlīniju, tekstu sagatavošana, runas personām paredzētie jautājumi u.c.), kas saistītas ar video veidošanu tiks iepriekš saskaņotas ar Pasūtītāju, ņemot vērā Pasūtītāja komentārus un pēc nepieciešamības veicot izmaiņas.

Papildus iepirkuma Tehniskajā specifikācijā norādītajiem video materiāliem (kopumā 8 video), Aģentūra ir plānojusi uzņemt papildus 6 video (katrs 20 līdz 30 sekunžu garumā). Aģentūra plāno, ka video tiktu iefilmēti konkursa Iedvesmotāji - sabiedrībā atpazīstami cilvēki, kas ir konkursa profesiju grupu pārstāvji, kuri, piemēram, aicina apmeklēt konkursu *SkillsLatvia* 2018, sniedz savu redzējumu par profesionālās izglītības nozīmīgumu u.tml. Video tiktu paredzēti komunikācijai sociālajos medijos.

Savukārt, lai iemūžinātu konkursa norisi fotogrāfijās, Aģentūra paredz nodrošināt fotogrāfa, piemēram, Toma Nordes klātbūtni visās konkursa norises dienās. Plānots, ka fotogrāfijas tiks uzņemtas konkursa *SkillsLatvia* 2018 atklāšanas un noslēguma pasākumos, kā arī abās pārējās konkursa dienās. Pēc nepieciešamības tiks nodrošināti citi foto pakalpojumi pirms konkursa norises, lai uzņemtu fotogrāfijas publicitātes un reklāmas materiālu sagatavošanai.

Vienojoties ar fotogrāfu, uzņemtās fotogrāfijas būs pieejamas pēc nepieciešamības.

Aģentūra paredzējusi arī atlasīt un publicēt katras dienas foto atskatu VIAA "Flickr" kontā, kā arī jau iepriekš definētajos sociālo mediju "Facebook", "Draugiem.lv" un "Twitter" kontos.

6.2.5.Reklāmas materiāli

Balstoties uz Iepirkuma Tehnisko specifikāciju, Aģentūra paredz izstrādāt reklāmas materiālu dizainu un nodrošināt to ražošanu kampaņas vajadzībām. Pirms reklāmas materiālu ražošanas uzsākšanas, izstrādātie dizaini tiks saskaņoti ar Pasūtītāju. Aģentūra paredz izstrādāt un izgatavot nepieciešamos reklāmas materiālus līdz 2018. gada 3. aprīlim un nodot tos Pasūtītājam uz tā norādīto adresi. Aģentūra paredz izstrādāt sekojošus reklāmas materiālus:

- T-kreklus konkursantiem un komandu vadītājiem;
- Polo kreklus brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbnīcu vadītājiem;
- Mugursomas ar apdruku konkursantiem un komandu vadītājiem;
- Laminētas ID kartes un kakla lentas;
- Diplomas un pateicības rakstus;
- Medaļas;
- Plakātus;
- Programmu un informatīvās norādes "Karjeras kafejnīcai".

Lai iepazītos ar reklāmas materiālu specifiku, skatiet 7. tabulu.

Tabula Nr. 7. Reklāmas materiālu specifika

Materiāls	Apraksts	Skaitis
T-krekli konkursantiem un komandu vadītājiem	<p>T-krekli tiks piešķirti katram konkursantam un katras skolas komandu vadītājiem.</p> <p>Vīriešu un sieviešu T-krekli, jāparedz izmēru pieejamība no XS – XXL izmēram. Blīvums: 170g/m².</p> <p>Audums: 100% kokvilna;</p> <p>Apdruka: 1 x A4 un 2 x A5 un 50 cm x 7 cm balti apdruckas laukumi</p> <p>Krāsa: krāsu nosaka Pasūtītājs</p> <p>Iepakojums: katrai vienībai jābūt atsevišķā polietilēna iepakojumā, uz kura norādīts attiecīgais sieviešu vai vīriešu izmērs.</p> <p>Dizaina izstrāde un druka.</p>	160
Polo krekli brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbnīcu vadītājiem	<p>Atšķirīgas krāsas polo krekli, lai apmeklētāji atpazītu brīvprātīgos, organizatorus un darbnīcu vadītājus un nepieciešamības gadījumā varētu pie viņiem vērsties pēc palīdzības.</p> <p>Vīriešu un sieviešu polo krekli, jāparedz izmēru pieejamība no XS – XXL izmēram.</p> <p>Audums: 100%-90% kokvilna, 0-10%, poliesters.</p> <p>Blīvums: 200 g/m².</p> <p>Prasības: polo krekliem baltas dekoratīvas svītras uz apkakles un piedurknēm; sarža lente; sānu šķēlumi; dubultais šuvums.</p> <p>Apdruka: izšuvums 1 krāsā, izšuvuma vietas - 3 dažādas; 3 dažādi dizaini. Uz krekliem šādi izšuvumi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 70x54 mm – izšuvums krūšu daļas kreisajā pusē • 200x70 mm – izšuvums mugurpusē (piešūti auduma burti). Jāparedz 3 veidu dažādi izšuvumi aizmugurē (brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbnīcu vadītājiem) • 70x20 mm – izšuvums uz labās piedurknes <p>Polo krekla krāsa: krāsu nosaka Pasūtītājs. Katrai cilvēku grupai - brīvprātīgajiem, organizatoriem un darbnīcu vadītājiem, iespējama cita krāsa.</p> <p>Iepakojums: katrai vienībai jābūt atsevišķā polietilēna iepakojumā, uz kura norādīts attiecīgais sieviešu vai vīriešu izmērs.</p> <p>Dizaina izstrāde un druka.</p>	100

Mugursomas ar apdruku konkursantiem un komandu vadītājiem	Konkursa reklāmas materiāls konkursantiem. Ērta un izturīga mugursoma. Polsterēts viens liels un viens mazs nodalījums mugursomas iekšpusē. Somas priekšpusē liels nodalījums ar rāvējslēdzēju, kura iekšpusē vairāki nodalījumi un kabatiņas. Uz priekšējā nodalījuma ir kabatiņa ar rāvējslēdzēju. Polsterēta somas priekšpuse un mugurpuse un plecu siksnas. Plecu siksnas regulējamas. Somai ir īpašs rokturis ērtai pārnēsāšanai - apaļš plastmasas ietvars apkārt auduma rokturim. Somai ir izeja austiņām. Izmērs: 42x35x17cm. Materiāls: vismaz 400D poliesters. Apdruka: pilnkrāsu sietspiedes apdruka. Drukas laukums 20x15 cm un 4x18 cm. Dizaina izstrāde un druka.	180
Laminētas ID kartes un kakla lenta	<u>Laminētas ID kartes:</u> Formāts: kartonam – 105x105mm; kopā ar laminēto plastmasu – 135 mm (garums) x 115 mm (platums). Materiāls: 250 gr Tom&Otto papīrs vai līdzvērtīgs papīrs. Apdruka: 4+4, iekļaujot konkursanta fotogrāfiju. Valoda: latviešu. Identifikācijas kartēm pēc to apdrukas ir jābūt ielaminētām. Kartes augšējai malai ar ielaminētu plastmasas virsmu jābūt 30 mm platai, ar 2 apaļiem caurumiem (5x5mm), lai ievietotu kartes turētājus – karabīnes. Caurumi atrodas viens no otra 60 mm attālumā un pa vidu ielaminētai joslai. Maketēšana esoša dizaina ietvaros. Druka. <u>Lenta:</u> Apdrukājama kakla lenta ar alumīnija karabīnēm katrā lentas galā; Karabīnes izmērs: 2 cm Lentas izmērs: 1,5 x 90 (2x45) cm; Materiāls: poliesters Apstrāde: 4 krāsu sietspiede; viens dizains. Druka.	300
Diplomi, pateicības raksti	<u>Diplomu maketēšana esoša dizaina ietvaros un druka:</u> Izmērs: A4 Papīrs: matēts krītpapīrs 300 g/m2 Druka: vienpusēja, digitālā druka (4+0, CMYK) Maketēšana esoša dizaina ietvaros. Druka. Maketi ar nelielām izmaiņām katrā maketā.	400
Medaļas	Kaklā karināmas zelta, sudraba un bronzas medaļas; Materiāls: tērauds ar sudraba, zelta vai bronzas krāsas pārklājumu Diametrs: vismaz 7 cm Biezums: 2-3 mm Abpusējā gravēšana/uzliešana.	120

	<p>Lenta Latvijas karoga karmīnsarkanā krāsā. Lentas izmērs: 1,5 x 90 (2x45) cm. Materiāls: poliesters. Dizaina izstrāde un gravēšana vai uzlējuma veidošana.</p>	
Plakāts	<p>Formāts: A1 Papīrs: 200g/m2, matēts krītpapīrs Apdruka: 4+0 CMYK Apstrāde: ofseta laka Druka, dizaina izstrāde un maketēšana</p>	15

6.3.Kampanas vērtēšana

Lai izvērtētu kampanas aktivitāšu efektivitāti un rezultātus, Aģentūra paredz veikt kampanas izvērtēšanas sanākumi ar Pasūtītāju. Sanāksmes mērķis būs izvērtēt kampanas rezultātus. Aģentūra paredz izvērtēšanas sanākumam sagatavot prezentāciju Power Point formātā.

Aģentūra paredz, ka sanāksmē tiks apspriesti tādi būtiski kampanas kritēriji kā kampanas koncepcijas vērtējums, reklāmas kampanas rezultāti, publicitātes rezultāti plašsaziņas līdzekļos, komunikācijas rezultāti sociālajos tīklos, darba organizācija, atklāšanas un noslēguma pasākumu norise, kā arī sniegti priekšlikumi konkursu realizēšanai nākotnē.

Pēc izvērtējuma tikšanās, Aģentūra 10 darba dienu laikā sagatavos detalizētu atskaiti par kampanas norisi un realizētajām aktivitātēm, iekļaujot sekojošu informāciju:

- Kampanas koncepcija. Kampanas stratēģisko mērķu sasniegšanas vērtējums – vai un kā galvenā ideja, sauklis, vēstījumi un vizuālā identitāte palīdzēja sasniegt mērķus;
- Kampanas taktika. Īstenotās aktivitātes un to sasniegtie kvantitatīvie un kvalitatīvie rezultāti atbilstošo Tehniskajā piedāvājumā plānotajam, ietverot ilustrācijas, fotoattēlus, datus, u.c.
- Kampanas publicitāte. Kampanas sabiedrisko attiecību sasniegtie rādītāji, tajā skaitā:
 - Preses relīžu uzskaitē un rezonanse aģentūrās;
 - Kopējās publicitātes uzskaitē un to kvantitatīvā analīzē (nacionālo un reģionālo mediju griezumā, mediju tipa griezumā, mediju valodas griezumā, atspoguļoto profesionālās izglītības iestāžu griezumā);
 - Kopējās publicitātes kvalitatīvā analīzē (tematiskais griezumā, publicitātes dinamika pa dienām un nedēļām saskaņā ar kampanas laika plānu, vēstījumu publicitāte);
 - Nozīmīgāko publikāciju klipings, kurās kampanas tēma atspoguļota plašākā kontekstā;
 - Sociālo mediju komunikācijas izvērtējums.
- Aģentūras secinājumi un ieteikumi nākamam kampanu organizēšanā.

Sagatavotā atskaitē drukātā un elektroniskā formātā tiks iesniegta Pasūtītājam. Kopā ar atskaiti, Pasūtītājam elektroniskā formātā, izmantojot ārējo datu nesēju (piemēram, USB) vai Pasūtītāja FTP serveri, tiks nodoti visu kampanas laikā izstrādāto materiālu gala versijas un izejas faili.

PASŪTĪTĀJS:
Valsts izglītības attīstības aģentūra

IZPILDĪTĀJS:
SIA "Repute"

Informācijas un karjeras atbalsta
departamenta direktore **Inta Asare**

Projektu direktore, partnere
Sabīne Dzene

FINANŠU PIEDĀVĀJUMS

„Nacionālā jauno profesionāļu meistarības konkursa komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana”

	Pakalpojuma nosaukums	Cena EUR bez PVN*
1.	Reklāmas materiālu izstrāde atbilstoši tehniskās specifikācijas II sadaļas “Darba uzdevums” 2.5.punktam	7900,00
2.	Nacionālā profesionālās meistarības konkursa komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana	30 944,00
Kopējā piedāvātā līgumcena par Pakalpojuma izpildi		38 844,00

**Finanšu piedāvājumā norādītajā cenā jāietver visi nodokļi (izņemot PVN) un nodevas, tai skaitā fiziskām personām izmaksājamā atlīdzība, kas ietver iedzīvotāju ienākuma nodokli, darba devēja valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas un darba ņēmēja valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas, kā arī visas ar līguma izpildi saistītās izmaksas un ar Pakalpojuma sniegšanu saistītie izdevumi. Papildu izmaksas līguma darbības laikā netiks apmaksātas.*

PASŪTĪTĀJS:
Valsts izglītības attīstības aģentūra

IZPILDĪTĀJS:
SIA “Repute”

Informācijas un karjeras atbalsta
departamenta direktore **Inta Asare**

Projektu direktore, partnere
Sabīne Dzene