APSTIPRINĀTS
Iepirkuma komisijas

 2017.gada 10.aprīļa sēdē,
protokols Nr.1

**atklāta konkursa**

***“*Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana”**

**Nolikums**

Iepirkuma identifikācijas numurs

**VIAA 2017/39 ESF**

Rīgā

1. **VISPĀRĪGĀ INFORMĀCIJ****A**

## Iepirkuma identifikācijas numurs ir VIAA 2017/39 ESF.

* 1. Piemērojamā iepirkuma procedūra – atklāts konkurss, saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma (turpmāk - PIL) 8.panta pirmās daļas 1.punktu.

## **Pasūtītājs**

Valsts izglītības attīstības aģentūra
Juridiskā adrese - Rīga, Vaļņu iela 1, LV-1050

Nodokļu maksātāja reģ.nr. 90001800413
Konts LV38TREL21502030920B
Valsts kase

TRELLV22

Atklātu konkursu “Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana” (turpmāk – atklāts konkurss) organizē Valsts izglītības attīstības aģentūras Profesionālās izglītības projektu departaments (faktiskā adrese: Zigfrīda Annas Meierovica bulvāris 16-1 (5.stāvs), Rīga, LV - 1050).

* + 1. Kontaktpersona par atklāta konkursa norisi:
			1. Profesionālās izglītības projektu departamenta Pieaugušo izglītības pārvaldības nodaļas projektu vadītāja Agnese Puķīte, tālr. 67854760, elektroniskā pasta adrese: agnese.pukite@viaa.gov.lv un
			2. Profesionālās izglītības projektu departamenta Projektu vadības nodaļas projektu vadītāja Zane Linaberga – Dzerkale, tālr. 67854763, elektroniskā pasta adrese: zane.linaberga-dzerkale@viaa.gov.lv.
		2. Kontaktpersona par Tehnisko specifikāciju: Komunikācijas un programmu publicitātes nodaļas Vecāka informācijas speciāliste Zane Birka, tālr. 67785462, elektroniskā pasta adrese: zane.birka@viaa.gov.lv.

## **Iepirkuma priekšmets**

* + 1. Iepirkuma priekšmets ir sadalīts 2 (divās) daļās:
			1. **Iepirkuma priekšmeta 1.daļa** - **Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana** saskaņā ar Tehnisko specifikāciju (6.pielikums) Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 8.4.1.specifiskā atbalsta mērķa “Pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci” Eiropas Sociālā fonda projekta “Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide” (vienošanās Nr. 8.4.1.0/16/I/001) īstenošanas ietvaros;
			2. **Iepirkuma priekšmeta 2.daļa** - ***Jauniešu garantijas* reklāmas mini kampaņas izstrāde un īstenošana jauniešu informēšanai un piesaistei 2017./2018.mācību gadā** saskaņā ar Tehnisko specifikāciju (7.pielikums) Eiropas Savienības fondu darbības programmas „Izaugsme un nodarbinātība” 7.2.1.specifiskā atbalsta mērķa „Palielināt nodarbinātībā, izglītībā vai apmācībās neiesaistītu jauniešu nodarbinātību un izglītības ieguvi Jauniešu garantijas ietvaros” pasākuma “Sākotnējās profesionālās izglītības programmu īstenošana Jauniešu garantijas ietvaros” projekta “Sākotnējās profesionālās izglītības programmu īstenošana Jauniešu garantijas ietvaros” ietvaros (vienošanās Nr. 7.2.1.2./15/I/001). Projekts līdzfinansēts Jaunatnes Nodarbinātības iniciatīvas ietvaros.
		2. CPV kods:
			1. Iepirkuma priekšmeta 1.daļā - 79416000-3 (Sabiedrisko attiecību pakalpojumi); 79341400-0 (Reklāmas kampaņu pakalpojumi);
			2. Iepirkuma priekšmeta 2.daļā - 79341400-0 (Reklāmas kampaņu pakalpojumi).
		3. Piedāvājumu var iesniegt par vienu vai abām iepirkuma priekšmeta daļām un tikai par visu attiecīgās iepirkuma daļas apjomu. Par katru iepirkuma priekšmeta daļu līgums tiks slēgts atsevišķi.
		4. Pretendents nevar iesniegt piedāvājuma variantus.

## **Informācija par iepirkumu**

* + 1. Informācija par iepirkumu un iepirkuma dokumentācija ir brīvi pieejama elektroniskā veidā Pasūtītāja mājaslapā internetā, <http://viaa.gov.lv/lat/viaa/valsts_iepirkumi/>. Ar iepirkuma dokumentāciju iespējams iepazīties arī Pasūtītāja telpās Rīgā, Zigfrīda Annas Meierovica bulvārī 16-1, 5.stāva 1.kabinetā, sākot ar iepirkuma izsludināšanas brīdi. Ja ieinteresētais piegādātājs pieprasa izsniegt iepirkuma dokumentus drukātā veidā, Pasūtītājs tos izsniedz ieinteresētajam piegādātājam (bez maksas) triju darbdienu laikā pēc tam, kad saņemts šo dokumentu pieprasījums, ievērojot nosacījumu, ka dokumentu pieprasījums iesniegts laikus pirms piedāvājumu iesniegšanas termiņa.
		2. Iepirkuma procedūras, informācijas apmaiņas, līguma izpildes darba valoda ir latviešu valoda.
		3. Visi jautājumi par iepirkumu adresējami attiecīgi atklāta konkursa nolikuma 1.3.1. vai 1.3.2.punktā minētajām kontaktpersonām. Ja piegādātājs ir laikus pieprasījis papildu informāciju par iepirkuma procedūras dokumentos iekļautajām prasībām, pasūtītājs to sniedz piecu darbdienu laikā, bet ne vēlāk kā sešas dienas pirms piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām. Papildu informāciju pasūtītājs nosūta piegādātājam, kas uzdevis jautājumu, un vienlaikus ievieto Pasūtītāja mājaslapā internetā, <http://www.viaa.gov.lv/lat/viaa/valsts_iepirkumi/> pie attiecīgā iepirkuma dokumentācijas, norādot arī uzdoto jautājumu.

## **Līguma izpildes termiņš, paredzamā līgumcena un izpildes vieta**

* + 1. Plānotais iepirkuma līguma izpildes termiņš ir:
			1. Iepirkuma priekšmeta 1.daļā - līdz saistību pilnīgai izpildei, bet ne vēlāk kā līdz 2018. gada 31.maijam.
			2. Iepirkuma priekšmeta 2.daļā -līdz saistību pilnīgai izpildei, bet ne vēlāk kā līdz 2017. gada 29. decembrim.
		2. Paredzamā līguma cena:
			1. Iepirkuma priekšmeta 1.daļā – nepārsniedz 41 322.31 EUR (četrdesmit viens tūkstotis trīs simti divdesmit divi *euro* un trīsdesmit viens cents) bez pievienotās vērtības nodokļa (turpmāk - PVN);
			2. Iepirkuma priekšmeta 2.daļā – nepārsniedz 8 904.00 EUR (astoņi tūkstoši deviņi simti četri *euro* un 00 centi) bez PVN.
		3. Ja Pretendenta piedāvātā cena pārsniegs atklāta konkursa nolikuma 1.6.2.punktā noteikto maksimālo paredzamo līgumcenu kādā no iepirkuma priekšmeta daļām, piedāvājums tiks atzīts par neatbilstošu un tālāk netiks vērtēts.
		4. Gan iepirkuma priekšmeta 1.daļā, gan 2.daļā paredzētā informatīvā kampaņa aptver visu Latvijas teritoriju. Ar līgumu izpildi saistītā dokumentācija būs jāiesniedz Pasūtītāja faktiskajā adresē: Vaļņu ielā 3, Rīga, LV – 1050 vai Z.A. Meierovica bulvārī 16-1, Rīga, LV - 1050 (atbilstoši pasūtītāja norādījumiem).

# PIEDĀVĀJUMU IESNIEGŠANAS VIETA, LAIKS UN KĀRTĪBA

* 1. Pretendenti piedāvājumus var iesniegt līdz **2017.gada 19.maija plkst. 11:00** **VIAA lietvedībā Rīgā, Vaļņu ielā - 1, 5.stāvā**, darba laikā no plkst. 8.30 līdz plkst.17.00 (2017.gada 19.maijā līdz plkst.11:00), iesniedzot personīgi vai sūtot pa pastu. Pasta sūtījumam jābūt nogādātam šajā punktā norādītajā adresē līdz augstākminētajam termiņam.
	2. Piedāvājums, kas iesniegts pēc 2.1.apakšpunktā minētā termiņa, netiks izskatīts un neatvērts tiks atgriezts atpakaļ tā iesniedzējam.
	3. Pretendents var atsaukt vai grozīt savu piedāvājumu līdz atklāta konkursa nolikuma 2.1.punktā noteiktajam piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām, ierodoties personīgi, vai nosūtot atsaukumu vai piedāvājumu grozījumus pa pastu šādā adresē: **Rīgā, Vaļņu ielā - 1**. Piedāvājuma atsaukums vai grozījumi jāiesniedz rakstiski, aizzīmogotā aploksnē, to noformējot atbilstoši atklāta konkursa nolikuma 3.3.punkta prasībām, papildus uz aploksnes norādot – “ATSAUKUMS” vai “GROZĪJUMI”. Piedāvājuma atsaukšanai ir bezierunu raksturs un tā izslēdz pretendentu no tālākas līdzdalības iepirkumā. Piedāvājuma grozīšanas gadījumā pretendents iesniedz jaunu piedāvājumu. Par piedāvājuma iesniegšanas laiku tiks uzskatīts brīdis, kad iesniegti attiecīgā piedāvājuma pēdējie grozījumi.
	4. Pēc piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām pretendents nevar grozīt savu piedāvājumu.
	5. Piedāvājumu atvēršana notiks **2017.gada 19.maijā plkst.11:00 VIAA telpās, Rīgā, Zigfrīda Annas Meierovica bulvārī 16-1 (ieeja no Basteja pasāžas), 5.stāva konferenču zālē**, atklātā sanāksmē.
	6. Piedāvājumu atvēršanā var piedalīties visas ieinteresētās personas.

# PIEDĀVĀJUMA NOFORMĒJUMS

* 1. Pretendents papīra formātā iesniedz piedāvājuma oriģinālu, kurš sastāv no:
		1. Pretendenta atlases dokumentiem;
		2. Tehniskā piedāvājuma;
		3. Finanšu piedāvājuma.
	2. Iepirkuma priekšmeta 1.daļas Tehnisko piedāvājumu pretendents iesniedz arī elektroniskā versijā (CD/DVD, USB zibatmiņa vai citā pārvietojamā datu nesējā) kā PDF vai MS Word failu. Atsevišķas tehniskā piedāvājuma sastāvdaļas, ja nepieciešams, var atspoguļot arī citos failu formātos, piemēram, MS Excel, JPEG vai citos plaši lietotos datorprogrammu formātos.
	3. Piedāvājumu pretendents iesniedz aizlīmētā, necaurspīdīgā aploksnē, uz kuras norāda:

|  |
| --- |
| Valsts izglītības attīstības aģentūraiRīgā, Vaļņu ielā - 1, 5.stāvā*pretendenta nosaukums, juridiskā adrese un tālrunis*piedāvājums atklātā konkursā**„**Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana**”**identifikācijas Nr.: VIAA 2017/39 ESFIepirkuma priekšmeta \_\_\_\_\_.daļai/ām**Neatvērt pirms piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām****2017.gada 19.maijā plkst.11:00.** |

* 1. Piedāvājumam jābūt noformētam atbilstoši Dokumentu juridiskā spēka likuma un Ministru kabineta 2010.gada 28.septembra noteikumu Nr.916 „Dokumentu izstrādāšanas un noformēšanas kārtība” prasībām, tai skaitā, piedāvājuma lapām jābūt sanumurētām un caurauklotām/cauršūtām kopā tā, lai tās nebūtu iespējams atdalīt, nesabojājot.
	2. Piedāvājumā iekļautajiem dokumentiem jābūt skaidri salasāmiem, bez dzēsumiem, labojumiem un svītrojumiem vai citām īpatnībām.
	3. Piedāvājumu sagatavo latviešu valodā. Kvalifikāciju apliecinošus dokumentus (piemēram, sertifikātus) var iesniegt citā valodā. Citā valodā sagatavotajiem piedāvājuma dokumentiem jāpievieno pretendenta pārstāvēttiesīgās personas vai pilnvarotās personas (pievienojot pilnvaru) apliecināts tulkojums latviešu valodā saskaņā ar Ministru kabineta 2000.gada 22.augusta noteikumu Nr.291 “Kārtība, kādā apliecināmi dokumentu tulkojumi valsts valodā” prasībām.
	4. Piedāvājumu paraksta pretendenta pārstāvis ar paraksta tiesībām vai tā pilnvarota persona.
	5. Iesniedzot piedāvājumu, pretendents ir tiesīgs visu iesniegto dokumentu atvasinājumu un tulkojumu pareizību apliecināt ar vienu apliecinājumu, ja viss piedāvājums ir cauršūts vai caurauklots. Ja iepirkuma komisijai rodas šaubas par iesniegtā dokumenta kopijas autentiskumu, tā pieprasa, lai pretendents uzrāda dokumenta oriģinālu vai iesniedz apliecinātu dokumenta kopiju.
	6. Iesniedzot piedāvājumu, pretendents pilnībā piekrīt visiem atklāta konkursa nolikuma nosacījumiem.
	7. Iesniegtie piedāvājumi, kas iesniegti līdz piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām, netiek atdoti atpakaļ pretendentiem.
	8. Informācijas apmaiņa starp pasūtītāju un pretendentu notiek rakstveidā – pa pastu, pa faksu vai elektroniski.
	9. Pretendents, iesniedzot piedāvājumu, norāda tās piedāvājuma daļas, kuras satur komercnoslēpumu.

# PRASĪBAS PRETENDENTIEM

* 1. Pretendentam jābūt reģistrētam atbilstoši attiecīgās valsts normatīvo aktu prasībām (ja reģistrēšanos paredz attiecīgās valsts normatīvo aktu regulējums).
	2. Pretendents iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017.gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) ir veicis:
		1. Iepirkuma priekšmeta 1.daļā - vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņu[[1]](#footnote-1) īstenošanu (kampaņai jābūt pabeigtai[[2]](#footnote-2));
		2. Iepirkuma priekšmeta 2.daļā vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņu[[3]](#footnote-3) īstenošanu (kampaņai jābūt pabeigtai[[4]](#footnote-4)).
	3. Pretendents pakalpojuma sniegšanai nodrošina vismaz šāda personāla piesaisti:
		1. **Iepirkuma priekšmeta 1.daļā:**
			1. **Projekta vadītājs**, kurš atbilst vismazšādiem kritērijiem:
				1. Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņu[[5]](#footnote-5) (kampaņām jābūt pabeigtām)[[6]](#footnote-6) vadīšanā, kur katras komunikācijas kampaņas realizācijas budžets ir ne mazāk kā 50% no nolikuma 1.6.2.1.punktā noteiktās paredzamās maksimālās iepirkuma līguma cenas un, kas atbilst šādam kritērijam:

Iepirkuma priekšmetam līdzvērtīga aktivitāšu daudzveidība, t.i., komunikācijas kampaņas ietvaros projekta vadītāja vadībā ir jābūt veiktām vismaz 4 (četrām) no zemāk norādītajām aktivitātēm:

* + - * + izstrādāta un īstenota komunikācijas koncepcija;
				+ īstenotas sabiedrisko attiecību aktivitātes;
				+ īstenotas digitālās komunikācijas aktivitātes,
				+ īstenotas sociālo mediju komunikācijas aktivitātes;
				+ īstenotas reklāmas aktivitātes;
				+ izstrādāti informatīvie materiāli.
			1. **Sabiedrisko attiecību speciālists,** kurš atbilst vismaz šādiem kritērijiem:
				1. Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze, darbojoties vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņās[[7]](#footnote-7) (kampaņām jābūt pabeigtām)[[8]](#footnote-8), kur katras komunikācijas kampaņas realizācijas budžets ir ne mazāk kā 50% no nolikuma 1.6.2.1.punktā noteiktās paredzamās maksimālās iepirkuma līguma cenas un kuru laikā kampaņām nodrošinātas sabiedriskās attiecības – sagatavotas preses relīzes un īstenotas proaktīvās mediju attiecības (mērķtiecīga bezmaksas publikāciju virzīšana medijos). Pieredze tiek apliecināta atklāta konkursa nolikuma 3.pielikumā norādītajā formā:

Aprakstot komunikācijas kampaņas un to laikā īstenotās mediju attiecības – preses relīzes un proaktīvās mediju attiecības.

Piedāvājumā iekļaujot aprakstīto komunikācijas kampaņu ietvaros īstenoto mediju attiecību apliecinājumus, no kurām 2 (divas) ir bezmaksas publikāciju kopijas vai saites uz minētajām publikācijām un 1 (viena) ir preses relīze vai saite uz preses relīzi (kopā 3 publikāciju kopijas jeb apliecinājumi). Iesniegtās publikācijas var būt īstenotas vienas aprakstītās kampaņas ietvaros vai vairāku aprakstīto kampaņu ietvaros.

* + - 1. **Grafiskais dizaineris**, kurš atbilst vismaz šādiem kritērijiem:
				1. Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze, darbojoties vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņās[[9]](#footnote-9) (kampaņām jābūt pabeigtām)[[10]](#footnote-10), kur katras komunikācijas kampaņas realizācijas budžets ir ne mazāk kā 50% no nolikuma 1.6.2.1.punktā noteiktās paredzamās maksimālās iepirkuma līguma cenas un kuru laikā kampaņām nodrošināta vizuālā noformējuma izstrāde - galvenie vizuālie elementi. Pieredze tiek apliecināta atklāta konkursa nolikuma 3.pielikumā norādītajā formā:

Aprakstot komunikācijas kampaņas un to laikā izstrādāto vizuālo noformējumu, kā arī precizējot tā apmēru – galvenie vizuālie elementi vai detalizēta kampaņas grafiskā identitāte.

Piedāvājumā iekļaujot aprakstīto komunikācijas kampaņu ietvaros izstrādāto vizuālo elementu apliecinājumus – izdrukas ar vizuālajiem elementiem 3 dažādām komunikācijas kampaņām vai saites uz šiem vizuālajiem elementiem interneta vietnēs (kopā 3 dažādu kampaņu vizuālo elementu apliecinājumi).

* + 1. **Iepirkuma priekšmeta 2.daļā**:
			1. **Projekta vadītājs**, kurš atbilst šādiem kritērijiem:
				1. iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze vismaz 2 (divu) komunikācijas kampaņu[[11]](#footnote-11) (kampaņām jābūt pabeigtām)[[12]](#footnote-12) vadīšanā, kas atbilst šādiem kritērijiem:

iepirkuma priekšmetam līdzvērtīga aktivitāšu daudzveidība, t.i., reklāmas kampaņas ietvaros projekta vadītāja vadībā ir jābūt veiktām vismaz **2 (divām) no 4 (četrām)** zemāk norādītajām aktivitātēm:

* realizēta reklāma interneta vietnēs (*Google* platformās, interneta portālos vai citās vietnēs);
* realizētas reklāmas aktivitātes sociālajos medijos (*Faceboo*k, *Draugiem.lv*, *Instagram* vai *Twitter* u.c.);
* realizēta audio reklāma radio stacijās, straumēšanas vietnēs vai citās platformās;
* izstrādāti, pilnveidoti vai aktualizēti informatīvie materiāli (skrejlapas, plakāti, brošūras vai tml. materiāli).
	1. Iepirkuma priekšmeta 1.daļā viens un tas pats pretendenta piesaistītais speciālists pakalpojuma izpildes ietvaros nevar pildīt vairākas no 4.3.1. punktā minētajām personāla lomām.
	2. Pretendents pakalpojuma izpildei var piesaistīt nepieciešamo papildu personālu.
	3. Līguma darbības laikā līguma grozījuma veicami iepirkuma līgumā un Publisko iepirkumu likuma 61.pantā noteiktajos gadījumos un kārtībā.
	4. Pretendenti, kuri apvienojušies piegādātāju apvienībās un iesnieguši kopīgu piedāvājumu, visi kopā ir uzskatāmi par 1 (vienu) pretendentu, tādējādi nolikumā noteiktās prasības ir izpildāmas visiem piegādātāju apvienības dalībniekiem (personālsabiedrības dalībniekiem) kopā.
	5. Pretendents savā piedāvājumā norāda visus tos apakšuzņēmējus, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 10 (desmit) procenti no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai lielāka[[13]](#footnote-13), un katram šādam apakšuzņēmējam izpildei nododamo pakalpojuma līguma daļu.
	6. Ja pretendentam atklāta konkursa nolikuma prasību izpildei, tajā skaitā, tehniskās specifikācijas vai iepirkuma līguma prasību izpildei nepieciešams balstīties uz citu personu iespējām, piedāvājumam pievieno šo personu apliecinājumus vai vienošanos ar tiem par nepieciešamo resursu nodošanu pretendenta rīcībā.
1. **IESNIEDZAMIE DOKUMENTI UN PĀRBAUDĀMIE FAKTI**
	1. **Pretendenta atlases dokumenti:**
		1. Iesniegums par piedalīšanos iepirkuma procedūrā (1.pielikuma veidne).
		2. Ja piedāvājumā iekļautos dokumentus paraksta pretendenta pilnvarota persona, piedāvājumam pievieno pretendenta pārstāvja ar paraksta tiesībām izdotu pilnvaru (oriģinālu vai kopiju) attiecīgajai personai pārstāvēt pretendenta intereses.
		3. Lai ārvalstīs reģistrēts pretendents apliecinātu reģistrācijas faktu, pretendentam jāiesniedz attiecīgās valsts attiecīgā reģistra izdots dokuments, kas šo faktu apliecina (ja reģistrāciju un reģistrācijas dokumenta izsniegšanu paredz attiecīgās valsts normatīvo aktu regulējums).
		4. Par Latvijā reģistrēta pretendenta reģistrācijas faktu iepirkuma komisija pārliecināsies publiski pieejamajās datu bāzēs.
		5. Atklāta konkursa nolikuma 4.2.punktā izvirzīto prasību apliecināšanai pretendents iesniedz pretendenta pieredzes aprakstu (2.pielikuma veidne).
		6. Atklāta konkursa nolikuma 4.3.punktā izvirzītās prasības apliecināšanai pretendents iesniedz Pakalpojuma sniegšanā iesaistītā personāla parakstītus pieredzes apliecinājuma veidni (atbilstoši nolikuma 3.pielikuma veidnei).
		7. Pretendents iesniedz aizpildītu atklāta konkursa nolikuma 4.pielikumu „Informācija par līguma izpildi”.
		8. Ja pretendents ir piegādātāju apvienība un piedāvājumā iekļautos dokumentus paraksta piegādātāju apvienības dalībnieka pilnvarota persona, piedāvājumam pievieno piegādātāju apvienības dalībnieka pārstāvja ar paraksta tiesībām izdotu pilnvaru (oriģinālu vai apliecinātu kopiju) attiecīgajai personai pārstāvēt piegādātāju apvienības dalībnieka intereses.
		9. Ja piedāvājumu atklātam konkursam iesniedz piegādātāju apvienība, piedāvājumam pievieno visu piegādātāju apvienības dalībnieku parakstītu apliecinājumu par piegādātāju apvienības dalībnieku atbildības sadalījumu iepirkuma līguma izpildē un norāda personu, kura ir pilnvarota pārstāvēt piegādātāju apvienību iepirkumā (apliecinājuma paraugs atklāta konkursa nolikuma 5.pielikuma veidne).
		10. Pretendents, lai apliecinātu, ka tas atbilst paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajām pretendentu atlases prasībām, saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma 49.pantu kā sākotnējo pierādījumu drīkst iesniegt Eiropas vienoto iepirkumu procedūras dokumentu.
		11. Ja pretendents izvēlējies iesniegt Eiropas vienoto iepirkuma procedūras dokumentu, lai apliecinātu, ka tas atbilst paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajām pretendentu atlases prasībām, tas iesniedz šo dokumentu arī par katru personu, uz kuras iespējām pretendents balstās, lai apliecinātu, ka tā kvalifikācija atbilst paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajām prasībām, un par katru tā norādīto apakšuzņēmēju, kura sniedzamo pakalpojumu vērtība ir vismaz 10 procenti no pakalpojumu līguma vērtības. Piegādātāju apvienība iesniedz atsevišķu Eiropas vienoto iepirkuma procedūras dokumentu par katru tās dalībnieku.
		12. Pretendents var pasūtītājam iesniegt Eiropas vienoto iepirkuma procedūras dokumentu, kas ir bijis iesniegts citā iepirkuma procedūrā, ja tas apliecina, ka tajā iekļautā informācija ir pareiza.
		13. Eiropas vienotā iepirkuma procedūras dokumenta veidlapas paraugus nosaka Eiropas Komisijas 2016.gada 5.janvāra [Īstenošanas regula Nr.2016/7](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0007&from=LV), ar ko nosaka standarta veidlapu Eiropas vienotajam iepirkuma procedūras dokumentam*(*regulas 2.pielikums), kā arī *word* dokumenta formātā tā pieejama [Iepirkumu uzraudzības biroja tīmekļa vietnē](http://iub.gov.lv/lv/node/587) (<https://www.iub.gov.lv/lv/node/587>) un <https://ec.europa.eu/tools/espd/filter?lang=lv>.
		14. Ja pretendents iesniedz Eiropas vienoto iepirkuma procedūras dokumentu kā sākotnējo pierādījumu atbilstībai paziņojumā par līgumu vai iepirkuma dokumentos noteiktajām pretendentu atlases prasībām, iepirkuma komisijai jebkurā iepirkuma procedūras stadijā ir tiesības prasīt, lai pretendents iesniedz visus vai daļu no dokumentiem, kas apliecina atbilstību paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajām pretendentu atlases prasībām. Pasūtītājs nepieprasa tādus dokumentus un informāciju, kas ir tā rīcībā vai ir pieejama publiskās datubāzēs.
		15. Ja pretendents, kuram atklātā konkursā būtu piešķiramas iepirkuma līguma slēgšanas tiesības, ir iesniedzis Eiropas vienoto iepirkuma procedūras dokumentu kā sākotnējo pierādījumu atbilstībai pretendentu atlases prasībām, kas noteiktas paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos, iepirkuma komisija pirms lēmuma pieņemšanas par iepirkuma līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu pieprasa iesniegt dokumentus, kas apliecina pretendenta atbilstību pretendentu atlases prasībām.
		16. Ja pretendents vai personālsabiedrības biedrs, ja pretendents ir personālsabiedrība, atbilst PIL 42.panta pirmās daļas 1., 3., 4., 5., 6. vai 7.punktā minētajam izslēgšanas gadījumam, pretendentam tas jānorāda piedāvājumā un, ja pretendents tiks atzīts par tādu, kuram būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības, tam būs jāiesniedz skaidrojums un pierādījumi par nodarītā kaitējuma atlīdzināšanu vai noslēgtu vienošanos par nodarītā kaitējuma atlīdzināšanu, sadarbošanos ar izmeklēšanas iestādēm un veiktajiem tehniskajiem, organizatoriskajiem vai personālvadības pasākumiem, lai pierādītu savu uzticamību un novērstu tādu pašu un līdzīgu gadījumu atkārtošanos nākotnē.
	2. **Pretendentu izslēgšanas noteikumi:**
		1. Pretendents tiek izslēgts no dalības atklātā konkursā gadījumos, ja attiecībā uz to ir iestājies kāds no PIL 42.panta pirmajā daļā noteiktajiem izslēgšanas gadījumiem, izņemot gadījumus, kad ir iestājušies PIL 42.panta trešajā daļā paredzētie noilgumu termiņi;
		2. PIL 42.panta pirmajā daļā noteiktie pretendentu izslēgšanas nosacījumi tiks pārbaudīti PIL 42.pantā noteiktajā kārtībā.
		3. Ja pretendents neiesniedz atklāta konkursa nolikuma 5.1.16.punktā noteikto skaidrojumu un pierādījumus, pasūtītājs izslēdz pretendentu no dalības atklātā konkursā kā atbilstošu Publisko iepirkumu likuma [42. panta](https://likumi.lv/ta/id/287760-publisko-iepirkumu-likums#p42) pirmās daļas 1., 3., 4., 5., 6. vai 7. punktā minētajam izslēgšanas gadījumam.
	3. **Tehniskais piedāvājums:**
		1. **Iepirkuma priekšmeta 1.daļai** Pretendents sagatavo un iesniedz Tehnisko piedāvājumu pakalpojuma sniegšanas aprakstu saskaņā ar atklāta konkursa nolikuma 6.pielikumā „Tehniskā specifikācija” noteiktajiem uzdevumiem un to izpildes nosacījumiem:
			1. Tehniskajā piedāvājumā obligāti iekļaujama šāda minimālā informācija:
				1. Kampaņas koncepcijas apraksts (tai skaitā galvenās idejas, saukļa un/vai devīzes, un/vai tēmtura un kampaņas vēstījumu, kā arī kampaņas vizuālā noformējuma apraksts vai vizualizācija);
				2. Kampaņas taktika:

Sabiedrisko attiecību apraksts;

Sociālo mediju komunikācijas aktivitāšu apraksts;

Digitālās komunikācijas aktivitāšu apraksts;

Reklāmas risinājumu apraksts;

Informatīvo materiālu apraksts.

* + - * 1. Provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns.
			1. Ja kāda no atklāta konkursa nolikuma 5.3.1.1.punktā minētajām darba uzdevuma sadaļām netiks iekļauta pretendenta piedāvājumā, piedāvājums tiks noraidīts kā nolikuma tehniskās specifikācijas prasībām neatbilstošs un tālāk netiks vērtēts.
		1. **Iepirkuma priekšmeta 2.daļai** Pretendents Tehnisko piedāvājumu sagatavo un iesniedz saskaņā ar Tehnisko specifikāciju iepirkuma priekšmeta 2.daļā (7.pielikums), atbilstoši atklāta konkursa nolikuma 9.pielikumā ietvertajai veidnei „Tehniskais un Finanšu piedāvājums iepirkuma priekšmeta 2.daļā”, aizpildot veidnē tikai tukšās vietas tabulā, t.i., 2.sadaļā *Mērķētā reklāma interneta vietnēs* klikšķu skaitu (prognozējamo) un baneru izvietošanas tīklu. Papildus jāsagatavo un jāiesniedz provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns.
		2. Ja kāds no atklāta konkursa nolikuma 5.3.2.punktā minētajiem dokumentiem netiks iekļauts pretendenta piedāvājumā iepirkuma priekšmeta 2.daļā, piedāvājums tiks noraidīts kā nolikuma tehniskās specifikācijas prasībām neatbilstošs un tālāk netiks vērtēts.
	1. **Finanšu piedāvājums:**
		1. Pretendents sagatavo un iesniedz parakstītu Finanšu piedāvājumu:
			1. Iepirkuma priekšmeta 1.daļā saskaņā ar atklāta konkursa nolikuma 8.pielikumā esošo veidni “Finanšu piedāvājums iepirkuma priekšmeta 1.daļā”;
			2. Iepirkuma priekšmeta 2.daļā – saskaņā ar atklāta konkursa nolikuma 9.pielikumā esošo veidni „Tehniskais un Finanšu piedāvājums iepirkuma priekšmeta 2.daļā”.
		2. Finanšu piedāvājumā norādītajā cenā tiek ietverti visi nodokļi (izņemot PVN) un nodevas, tajā 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.
		3. Piedāvātā cena tiek norādīta *euro* bez PVN.
		4. Piedāvātā cena tiek norādīta ar precizitāti 2 (divas) zīmes aiz komata.

# PIEDĀVĀJUMU VĒRTĒŠANA UN PIEDĀVĀJUMA IZVĒLES KRITĒRIJI

* 1. Iepirkuma komisija piedāvājumus izvērtē un atklātā konkursa uzvarētāju nosaka slēgtās iepirkuma komisijas sēdēs.
	2. Iepirkuma komisija pārbauda piedāvājumu noformējuma atbilstību atklāta konkursa nolikuma 3.punkta prasībām. Ja piedāvājums nav noformēts atbilstoši atklāta konkursa nolikuma prasībām, iepirkuma komisijai ir tiesības neizskatīt pretendenta iesniegto piedāvājumu un noraidīt to kā neatbilstošu. Pieņemot lēmumu par piedāvājuma noraidīšanu, iepirkuma komisija ievēro samērīguma principu.
	3. Pēc piedāvājumu noformējuma pārbaudes iepirkuma komisija veic to pretendentu atlasi, kas iesnieguši noformējuma prasībām atbilstošus piedāvājumus.
	4. Iepirkuma komisija veic pretendentu atlasi, pārbaudot pretendenta atbilstību atklāta konkursa nolikuma 4.punktā noteiktajām kvalifikācijas prasībām.
	5. Ja iepirkuma komisija konstatē, ka piedāvājumā ietvertā pretendenta iesniegtā informācija vai dokuments ir neskaidrs vai nepilnīgs, iepirkuma komisija pieprasa, lai pretendents vai kompetenta institūcija izskaidro vai papildina minēto informāciju vai dokumentu vai iesniedz trūkstošo dokumentu, nodrošinot vienlīdzīgu attieksmi pret visiem pretendentiem. Termiņu nepieciešamās informācijas vai dokumenta iesniegšanai iepirkuma komisija nosaka samērīgi ar laiku, kas nepieciešams attiecīgās informācijas vai dokumenta sagatavošanai un iesniegšanai. Ja iepirkuma komisija saskaņā ar šajā punktā minēto kārtību ir pieprasījusi izskaidrot vai papildināt piedāvājumā ietverto pretendenta iesniegto informāciju, bet pretendents to nav izdarījis atbilstoši iepirkuma komisijas noteiktajām prasībām, pasūtītājs piedāvājumu vērtē pēc tā rīcībā esošās informācijas.
	6. Pretendenta piedāvājums tiek noraidīts, ja iepirkuma komisija konstatē, ka:
		1. pretendents neatbilst kādai no atklāta konkursa nolikuma 4.punktā izvirzītajām pretendentu atlases prasībām;
		2. Pretendents ir sniedzis nepatiesu informāciju savas kvalifikācijas novērtēšanai vai vispār nav sniedzis pieprasīto informāciju un šai informācijai ir būtiska nozīme kvalifikācijas apliecināšanai;
		3. pretendents nav iesniedzis kādu no atklāta konkursa nolikumā prasītajiem dokumentiem vai dokuments nesatur atklāta konkursa nolikumā prasīto informāciju.
	7. Iepirkuma komisija nenoraida piedāvājumu, ja trūkstošo informāciju (papilddokumentus, papildinformāciju) iespējams iegūt Publisko iepirkumu likuma 41.pantā noteiktajā kārtībā.
	8. Ja pretendents atbilst atklāta konkursa nolikumā izvirzītajām atlases prasībām, iepirkuma komisija vērtē pretendenta iesniegto Tehnisko piedāvājumu.
	9. Iepirkuma komisija pārbauda, vai pretendenta iesniegtais Tehniskais piedāvājums atbilst atklāta konkursa nolikuma 5.3.punktā un atklāta konkursa nolikuma 6. un/vai 7.pielikuma “Tehniskajā specifikācija” izvirzītajām prasībām.
	10. Pretendenta piedāvājums tiek atzīts par neatbilstošu un tiek noraidīts, ja iepirkuma komisija konstatē, ka pretendenta iesniegtais Tehniskais piedāvājums neatbilst atklāta konkursa nolikumā vai Tehniskajā specifikācijā noteiktajām prasībām.
	11. Piedāvājumu vērtēšanas gaitā iepirkuma komisijai ir tiesības pieprasīt, lai tiek izskaidrota tehniskajā un finanšu piedāvājumā iekļautā informācija. Ja iepirkuma komisija ir pieprasījusi izskaidrot piedāvājumā ietverto tehniskajā un/vai finanšu piedāvājumā iesniegto informāciju, bet pretendents to nav izdarījis atbilstoši iepirkuma komisijas noteiktajām prasībām, pasūtītājs tehnisko un/vai finanšu piedāvājumu vērtē pēc tā rīcībā esošās informācijas.
	12. Ja pretendenta iesniegtais Tehniskais piedāvājums atbilst atklāta konkursa nolikumā un Tehniskajā specifikācijā izvirzītajām prasībām, iepirkuma komisija vērtē pretendenta iesniegto Finanšu piedāvājumu.
	13. Finanšu piedāvājuma vērtēšanas laikā iepirkuma komisija pārbauda, vai piedāvājumā nav aritmētisko kļūdu. Ja iepirkuma komisija konstatē šādas kļūdas, tā šīs kļūdas izlabo. Par kļūdu labojumu un laboto piedāvājuma summu iepirkuma komisija paziņo pretendentam, kura pieļautās kļūdas labotas. Vērtējot finanšu piedāvājumu, iepirkuma komisija ņem vērā veiktos labojumus.
	14. Par pretendentu, kuram būtu piešķiramas iepirkuma līguma slēgšanas tiesības, iepirkuma komisija katrā iepirkuma priekšmeta daļā atzīs to pretendentu, kurš būs atbilstošs visām atklāta konkursa nolikumā izvirzītajām atlases prasībām un kura iesniegtais piedāvājums būs saimnieciski visizdevīgākais.
	15. **Iepirkuma priekšmeta 1.daļā** iepirkuma komisija nosaka saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu atbilstoši šādiem piedāvājumu vērtēšanas kritērijiem:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.**  | **Vērtēšanas kritērijs/****apakškritērijs** |  **Maksimālais punktu skaits** |
| **K1** | **Pretendenta piedāvātā cena (finanšu piedāvājums)** | **20** |
| **K2** | **Piedāvājuma kvalitāte[[14]](#footnote-14) (tehniskais piedāvājums)** | **80** |
| K2.1. | Kampaņas koncepcija | 40 |
| K2.2. | Kampaņas taktika  | 40 |
| K2.2.1 | Sabiedriskās attiecības, digitālā komunikācija, sociālo mediju komunikācija un informatīvie materiāli | 30 |
| K2.2.2. |  Reklāmas risinājumi | 10 |
|  | KOPĀ: | **100** |

* + 1. Kritērijā K1„Pretendenta piedāvātā cena (finanšu piedāvājums)” piedāvājumam ar viszemāko cenu tiks piešķirts maksimālais punktu skaits (20), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret piedāvājumu ar viszemāko cenu saskaņā ar šādu algoritmu:
			- * K1 = (A/B) x 20, kur
				* K1 – kritērijā “Pretendenta piedāvātā cena (finanšu piedāvājums)” iegūtais punktu skaits;
				* A - Zemākā piedāvātā cena Finanšu piedāvājuma pozīcijā “Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana” – cena EUR bez PVN;
				* B - Vērtējamā pretendenta piedāvātā cena Finanšu piedāvājuma pozīcijā “Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana” EUR bez PVN;
				* 20 - nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Pretendenta piedāvātā cena (finanšu piedāvājums)”;
				* Kritērijā K2„Pretendenta piedāvājuma kvalitāte (tehniskais piedāvājums)” atklāta konkursa nolikuma prasībām atbilstošajiem piedāvājumiem tiks piešķirti punkti saskaņā ar nolikuma 10.pielikumā norādīto vērtēšanas metodiku.
		2. Katrs iepirkuma komisijas loceklis individuāli izvērtē piedāvājumu atbilstoši saimnieciski visizdevīgākā piedāvājuma vērtēšanas kritērijiem.
		3. Kritērijā K1 “Pretendenta piedāvātā cena (finanšu piedāvājums)”iegūtais punktu skaits tiek noapaļots līdz divām zīmēm aiz komata. Veicot punktu noapaļošanu tiek ņemts vērā trešais skaitlis aiz komata – attiecīgi, ja tā vērtība ir no 5 – 9, otrais skaitlis aiz komata tiek noapaļots uz augšu.
		4. Kopvērtējums katram piedāvājumam tiks iegūts kā vidējais aritmētiskais, apkopojot iepirkuma komisijas locekļu individuālos piedāvājumu vērtējumus, kuros saskaitīti kritērijā K1 “Pretendenta piedāvātā cena (finanšu piedāvājums)” un kritērijā K2 “Piedāvājuma kvalitāte (tehniskais piedāvājums)” iegūtie punkti katrā kritērijā/apakškritērijā.
		5. Par saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu iepirkuma priekšmeta 1.daļā tiks atzīts piedāvājums, kurš ieguvis visaugstāko punktu kopvērtējumu.
		6. Gadījumā, ja pēc piedāvājumu izvērtēšanas tiks atzīts, ka divu vai vairāku piedāvājumu novērtējums iepirkuma priekšmeta 1.daļā ir vienāds, iepirkuma komisija izvēloties pretendentu, kuram attiecīgajā iepirkuma priekšmeta daļā būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības, dod priekšroku tam pretendentam, kurš kritērijā K2 “Piedāvājuma kvalitāte (tehniskais piedāvājums)” ieguvis lielāku punktu skaitu.
		7. Pirms lēmuma pieņemšanas par līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu, iepirkuma komisija attiecībā uz katru Pretendentu, kuram būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības, veic 5.2.punktā minēto pārbaudi.
	1. **Iepirkuma priekšmeta 2.daļā** iepirkuma komisija nosaka saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu atbilstoši šādiem piedāvājumu vērtēšanas kritērijiem:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.**  | **Vērtēšanas kritērijs (*t.i., pretendenta piedāvātā cena bez PVN par attiecīgo reklāmas risinājumu*)** | **Maksimālais****punktu skaits** |
| **K1** | **Reklāma *Google* tīklā un mērķētā reklāma interneta vietnēs** | 20 |
| **K2** | **Audio reklāma** | 50 |
|  **K3** | **Reklāma sociālajos medijos** | 20 |
| **K4** | **Informatīvie materiāli** | 10 |
|  | KOPĀ: | **100** |

* + 1. Kritērijā K1 „Reklāma *Google* tīklā un mērķētā reklāma interneta vietnēs” piedāvājumam ar viszemāko cenu minētajā kritērijā tiks piešķirts maksimālais punktu skaits (20), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret lētāko:
			- * K1 = (A/B) x 20, kur
				* K1 – kritērijā “Reklāma *Google* tīklā un mērķētā reklāma interneta vietnēs” iegūtais punktu skaits;
				* A - Zemākā piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Reklāma *Google* tīklā un mērķētā reklāma interneta vietnēs” – cena EUR bez PVN;
				* B - Vērtējamā pretendenta piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Reklāma *Google* tīklā un mērķētā reklāma interneta vietnēs” EUR bez PVN;
				* 20 - nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Reklāma *Google* tīklā un mērķētā reklāma interneta vietnēs”;
		2. Kritērijā K2 „Audio reklāma” piedāvājumam ar viszemāko cenu minētajā kritērijā tiks piešķirts maksimālais punktu skaits (50), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret lētāko:
			- * K2 = (A/B) x 50, kur
				* K2 – kritērijā “Audio reklāma” iegūtais punktu skaits;
				* A - Zemākā piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Audio reklāma” – cena EUR bez PVN;
				* B - Vērtējamā pretendenta piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Audio reklāma” EUR bez PVN;
				* 50 - nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Audio reklāma”;
		3. Kritērijā K3 „Reklāma sociālajos medijos” piedāvājumam ar viszemāko cenu minētajā kritērijā tiks piešķirts maksimālais punktu skaits (20), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret lētāko:
			- * K3 = (A/B) x 20, kur
				* K3 – kritērijā “Reklāma sociālajos medijos” iegūtais punktu skaits;
				* A - Zemākā piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Reklāma sociālajos medijos” – cena EUR bez PVN;
				* B - Vērtējamā pretendenta piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Reklāma sociālajos medijos” EUR bez PVN;
				* 20 - nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Reklāma sociālajos medijos”;
		4. Kritērijā K4 „Informatīvie materiāli” piedāvājumam ar viszemāko cenu minētajā kritērijā tiks piešķirts maksimālais punktu skaits (10), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret lētāko:
			- * K4 = (A/B) x 10, kur
				* K4 – kritērijā “Informatīvie materiāli” iegūtais punktu skaits;
				* A - Zemākā piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Informatīvie materiāli” – cena EUR bez PVN;
				* B - Vērtējamā pretendenta piedāvātā cena Tehniskā un finanšu piedāvājuma pozīcijā “Informatīvie materiāli” EUR bez PVN;
				* 10 - nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Informatīvie materiāli”;
		5. Kritērijos K1, K2, K3 un K4iegūtais punktu skaits tiek noapaļots līdz divām zīmēm aiz komata. Veicot punktu noapaļošanu tiek ņemts vērā trešais skaitlis aiz komata – attiecīgi, ja tā vērtība ir no 5 – 9, otrais skaitlis aiz komata tiek noapaļots uz augšu.
		6. Kopvērtējums katram piedāvājumam tiks iegūts, saskaitot visos kritērijos (no K1, K2, K3 un K4) iegūtos punktus.
		7. Par saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu tiks atzīts piedāvājums, kurš ieguvis visaugstāko kopvērtējumu.
		8. Gadījumā, ja divu vai vairāku piedāvājumu kopvērtējumā iegūtais punktu skaits ir vienāds, un tie ir atzīstami par saimnieciski izdevīgākajiem, par uzvarētāju atzīs to pretendentu, kurš ir ieguvis augstāku punktu skaitu kritērijā K2.
		9. Pirms lēmuma pieņemšanas par līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu, iepirkuma komisija attiecībā uz katru Pretendentu, kuram būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības, veic 5.2.punktā minēto pārbaudi.
1. **Lēmuma pieņemšana, paziņošana un līguma slēgšana**
	1. Ja, veicot atklāta konkursa nolikuma 5.2.punktā minēto pārbaudi, iepirkuma komisija pārliecinās, ka uz pretendentu, kuram būtu piešķiramas iepirkuma līguma slēgšanas tiesības nav attiecināmi Publisko iepirkumu likuma 42.panta pirmajā daļā noteiktie pretendentu izslēgšanas gadījumi, pretendentam tiek piešķirtas līguma slēgšanas tiesības.
	2. Ja, veicot atklāta konkursa nolikuma 5.2.punktā minēto pārbaudi, iepirkuma komisija pārliecinās, ka uz pretendentu, kuram būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības ir attiecināms kāds no Publisko iepirkumu likuma 42.panta pirmajā daļā noteiktajiem pretendentu izslēgšanas gadījumiem, attiecīgais pretendents tiek izslēgts no turpmākas dalības iepirkumā, un par pretendentu, kuram būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības, atbilstoši atklātā konkursa nolikuma 6.15.punktā (iepirkuma priekšmeta 1.daļā) un 6.16.punktā (iepirkuma priekšmeta 2.daļā) izvirzītajam piedāvājumu izvēles kritērijam tiek atzīts pretendents, kura piedāvājums ieguvis nākamo augstāko punktu kopvērtējumu (nākamais saimnieciski izdevīgākais piedāvājums).
	3. Par iepirkuma komisijas pieņemto lēmumu visi pretendenti tiek informēti vienlaikus 3 (trīs) darba dienu laikā pēc lēmuma pieņemšanas.
	4. Ja atklātā konkursā piedāvājumu ir iesniedzis tikai 1 (viens) Pretendents, iepirkuma komisija sagatavo un pasūtītājs ietver iepirkuma procedūras ziņojumā pamatojumu tam, ka izvirzītās pretendentu atlases prasības ir objektīvas un samērīgas. Ja komisija nevar pamatot, ka izvirzītās pretendentu atlases prasības ir objektīvas un samērīgas, tā pieņem lēmumu pārtraukt iepirkuma procedūru.
	5. Ja iepirkuma procedūra ir izbeigta vai pārtraukta, iepirkuma komisija 3 (triju) darbdienu laikā vienlaikus informē visus pretendentus par visiem iemesliem, kuru dēļ iepirkuma procedūra ir izbeigta vai pārtraukta, un informē par termiņu, kādā Pretendents, ievērojot Publisko iepirkumu likuma 68.panta otrās daļas 1. vai 2.punktā noteikto termiņu, var iesniegt Iepirkumu uzraudzības birojam iesniegumu par iepirkuma procedūras pārkāpumiem.
	6. Ja pretendents, kuram piešķirtas iepirkuma līguma slēgšanas tiesības, atsakās slēgt iepirkuma līgumu ar pasūtītāju, iepirkuma komisija ir tiesīga pieņemt lēmumu iepirkuma līguma slēgšanas tiesības piešķirt nākamajam pretendentam, kurš piedāvājis saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu, vai pārtraukt iepirkuma procedūru, neizvēloties nevienu piedāvājumu. Ja pieņemts lēmums iepirkuma līguma slēgšanas tiesības piešķirt nākamajam pretendentam, kurš piedāvājis saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu, bet tas atsakās slēgt iepirkuma līgumu, iepirkuma komisija pieņem lēmumu pārtraukt iepirkuma procedūru, neizvēloties nevienu piedāvājumu. Pirms lēmuma pieņemšanas par iepirkuma līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu nākamajam pretendentam, kurš piedāvājis saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu, iepirkuma komisija izvērtē, vai tas nav uzskatāms par vienu tirgus dalībnieku kopā ar sākotnēji izraudzīto pretendentu, kurš atteicās slēgt iepirkuma līgumu ar pasūtītāju. Ja nepieciešams, iepirkuma komisija ir tiesīga pieprasīt no nākamā pretendenta apliecinājumu un, ja nepieciešams, pierādījumus, ka tas nav uzskatāms par vienu tirgus dalībnieku kopā ar sākotnēji izraudzīto pretendentu. Ja nākamais pretendents ir uzskatāms par vienu tirgus dalībnieku kopā ar sākotnēji izraudzīto pretendentu, iepirkuma komisija pieņem lēmumu pārtraukt iepirkuma procedūru, neizvēloties nevienu piedāvājumu.
2. **IEPIRKUMA KOMISIJAS TIESĪBAS UN PIENĀKUMI**
	1. **Iepirkuma komisijas tiesības:**
		1. izdarīt grozījumus atklāta konkursa nolikumā saskaņā ar Publisko iepirkumu likumā noteikto kārtību;
		2. pirms lēmuma pieņemšanas pieprasīt, lai Pretendents precizē informāciju par savu piedāvājumu;
		3. noraidīt visus piedāvājumus, kas neatbilst atklāta konkursa nolikuma prasībām;
		4. pieaicināt ekspertus vai speciālistus ar padomdevēja tiesībām piedāvājumu noformējuma pārbaudē, pretendentu atlasē, piedāvājumu atbilstības pārbaudē un vērtēšanā;
		5. pārbaudīt nepieciešamo informāciju kompetentā institūcijā, publiski pieejamās datubāzēs vai citos publiski pieejamos avotos, ja tas nepieciešams piedāvājumu atbilstības pārbaudei, pretendentu atlasei, piedāvājumu vērtēšanai un salīdzināšanai;
		6. labot aritmētiskās kļūdas pretendenta finanšu piedāvājumā, informējot par to pretendentu;
		7. ja iepirkuma komisijai konkrētais piedāvājums šķiet nepamatoti lēts, iepirkuma komisija rīkojas atbilstoši Publisko iepirkumu likuma 53.panta regulējumam;
		8. izvēlēties nākamo saimnieciski izdevīgāko piedāvājumu, ja izraudzītais pretendents atsakās slēgt iepirkuma līgumu ar pasūtītāju;
		9. veikt citas darbības saskaņā ar Publisko iepirkumu likumu un konkursa atklāta konkursa nolikumu.
	2. **Iepirkuma komisijas pienākumi:**
		1. nesniegt informāciju par citu piedāvājumu esamību laikā no piedāvājumu iesniegšanas dienas līdz to atvēršanas brīdim;
		2. nesniegt informāciju par vērtēšanas procesu piedāvājumu vērtēšanas laikā līdz rezultātu paziņošanai;
		3. nodrošināt konkursa procedūras norisi un dokumentēšanu;
		4. nodrošināt pretendentu brīvu konkurenci, kā arī vienlīdzīgu un taisnīgu attieksmi;
		5. vērtēt pretendentus un to iesniegtos piedāvājumus saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma prasībām un šo atklāta konkursa nolikumu, un izvēlēties piedāvājumu vai pieņemt lēmumu par konkursa izbeigšanu, neizvēloties nevienu piedāvājumu;
		6. pēc piegādātāju pieprasījuma normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā sniegt informāciju par atklāta konkursa nolikumu;
		7. pieņemt lēmumu pārtraukt iepirkuma procedūru, ja piedāvātā līgumcena pārsniedz pasūtītāja finanšu iespējas.
3. **PRETENDENTA TIESĪBAS UN PIENĀKUMI**
	1. **Pretendenta tiesības:**
		1. apvienoties grupās ar citiem pretendentiem un sniegt vienu kopēju piedāvājumu;
		2. pieprasīt iepirkuma komisijai papildus informāciju par atklāta konkursa nolikumu, iesniedzot rakstisku pieprasījumu;
		3. pirms piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām grozīt vai atsaukt iesniegto piedāvājumu;
		4. piedalīties piedāvājumu atvēršanas sanāksmē;
		5. veikt citas darbības saskaņā ar Publisko iepirkumu likumu.
	2. **Pretendenta pienākumi:**
		1. sagatavot piedāvājumu atbilstoši atklāta konkursa nolikuma prasībām;
		2. sniegt patiesu informāciju par savu kvalifikāciju un piedāvājumu;
		3. sniegt rakstveida atbildes uz iepirkumu komisijas pieprasījumu, kas nepieciešama pretendentu atlasei, piedāvājumu atbilstības pārbaudei, salīdzināšanai un vērtēšanai;
		4. ievērot atklāta konkursa nolikumā minētos nosacījumus kā pamatu iepirkuma līguma izpildei;
		5. veikt citas darbības saskaņā ar Publisko iepirkumu likumu un šo nolikumu.
4. **CITI NOTEIKUMI**
	1. Visi izdevumi, kas saistīti ar konkursa piedāvājuma sagatavošanu un iesniegšanu, jāsedz pretendentam.
	2. Atklāta konkursa nolikums sastādīts latviešu valodā, kam pievienoti šādi pielikumi:
		1. 1.pielikums – Iesniegums dalībai konkursā;
		2. 2.pielikums – Pretendenta pieredzes apliecinājuma tabula;
		3. 3.pielikums – Pretendenta līguma izpildē piesaistītā personāla pieredzes apliecinājums (CV veidnes);
		4. 4.pielikums – Informācija par līguma izpildi;
		5. 5.pielikums – Apliecinājums par piegādātāju apvienības dalībnieku atbildības sadalījumu iepirkuma līguma izpildē;
		6. 6.pielikums – Tehniskā specifikācija (iepirkuma priekšmeta 1.daļa);
		7. 7.pielikums – Tehniskā specifikācija (iepirkuma priekšmeta 2.daļa);
		8. 8.pielikums – Finanšu piedāvājums (iepirkuma priekšmeta 1.daļa);
		9. 9.pielikums –Tehniskais un finanšu piedāvājums (iepirkuma priekšmeta 2.daļa);
		10. 10.pielikums - Tehniskās piedāvājuma vērtēšanas metodoloģija iepirkuma priekšmeta 1.daļā;
		11. 11.pielikums – Līguma projekts.

1.pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

nolikumam

IESNIEGUMS DALĪBAI ATKLĀTĀ KONKURSĀ

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. un/vai 2. daļu****)*

“Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana”

iepirkuma identifikācijas Nr. VIAA 2017/39 ESF

Saskaņā ar atklāta konkursa nolikumu, es, apakšā parakstījies apliecinu, ka:

1. *<pretendenta nosaukums>* (turpmāk – pretendents) piekrītu atklāta konkursa *„*Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana*”* (iepirkuma id. Nr. VIAA 2017/39 ESF)nolikuma noteikumiem un visiem tā pielikumiem, un garantēju atklāta konkursa nolikuma prasību izpildi. Atklāta konkursa nolikums ir skaidrs un saprotams;
2. visas piedāvājumā sniegtās ziņas par pretendentu un piedāvāto pakalpojumu ir patiesas;
3. pretendentam ir pietiekami finanšu un tehniskie resursi pakalpojuma sniegšanai;
4. pieteikumam pievienotie dokumenti veido šo piedāvājumu;
5. iesniedzu savu piedāvājumu iepirkuma priekšmeta \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(*iepirkuma priekšmeta daļas numurs un nosaukums*) daļā;

pretendents piekrīt, ka pasūtītājs var izmantot piedāvājumā norādītos pretendenta datus, lai iegūtu vai pārbaudītu informāciju, kas nepieciešama lēmuma par atklātā konkursa rezultātiem pieņemšanai un iepirkuma līguma noslēgšanai.

Pretendenta nosaukums:

Reģistrācijas Nr. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Juridiskā adrese:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Biroja adrese:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Ar iepirkuma procedūru saistīto dokumentāciju lūdzam nosūtīt uz (atzīmēt atbilstošo):*

* *juridisko adresi;*
* *biroja adresi.*

Kontaktpersona:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Vārds, uzvārds, amats)

Tālr.:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Fakss:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_e-pasta adrese:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums:

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas paraksts, tā atšifrējums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**PRETENDENTA PIEREDZES APLIECINĀJUMA TABULA**

*(iepirkuma nolikuma* ***4.2.punkta*** *prasības apliecināšanai)*

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. un/vai 2. daļu****)*

* + 1. Informācija par iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017.gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) Pretendenta veiktajām komunikācijas kampaņām (kampaņām jābūt pabeigtām), kas apliecina pretendenta pieredzes atbilstību atklāta konkursa nolikuma 4.2.punktā izvirzītajām prasībām\*:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr. p.k.** | **Komunikācijas kampaņas pasūtītājs, tā kontaktpersonas vārds, uzvārds, telefona nr., e-pasta adrese** | **Komunikācijas kampaņas nosaukums,****kampaņas īss apraksts, tai skaitā norādot kampaņas laikā izmantotos komunikācijas taktikas instrumentus** | **Komunikācijas kampaņas īstenošanas laiks, norādot gadu, datumu un mēnesi (no... līdz...)** |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |

*\*Atbilstoši atklāta konkursa nolikuma 4.2.punktā noteiktajai prasībai pretendents iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017.gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) ir veicis:*

* + 1. *Iepirkuma priekšmeta 1.daļā - vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņu[[15]](#footnote-15) īstenošanu (kampaņai jābūt pabeigtai[[16]](#footnote-16));*
		2. *Iepirkuma priekšmeta 2.daļā vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņu[[17]](#footnote-17) īstenošanu (kampaņai jābūt pabeigtai[[18]](#footnote-18))*

Datums:

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas paraksts, tā atšifrējums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**Pretendenta līguma izpildē piesaistītā personāla pieredzes apliecinājums**

**Pretendenta piesaistītā** **projekta vadītāja pieredzes apliecinājums**

*(iepirkuma nolikuma* ***4.3.1.1. un 4.3.2.1.punkta*** *prasības apliecināšanai)*

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. un/vai 2. daļu****)*

1. Vārds un uzvārds:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Kontaktinformācija: e-pasts:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, tel.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;
3. Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze komunikācijas kampaņu[[19]](#footnote-19) (kampaņām jābūt pabeigtām[[20]](#footnote-20)) vadīšanā:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. p.k.** | **Pasūtītāja/darba devēja nosaukums,** **Kontaktpersona (vārds, uzvārds, amats, tālruņa Nr., e-pasta adrese)** | **Vadīto komunikācijas kampaņu realizācijas** **laiks, norādot** **gadu, datumu un mēnesi** **(no... līdz...)**  | **Komunikācijas kampaņas realizācijas budžets EUR bez PVN (norāda, tikai gadījumā, ja piedāvājumu iesniedz iepirkuma 1.daļā)** | **Komunikācijas kampaņas****nosaukums un saturs, kampaņas laikā izmantotie komunikācijas taktikas instrumenti, tai skaitā****obligāti norādot projekta vadītāja vadībā veiktās****kampaņas aktivitātes** |
| 1. |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |

Es, apakšā parakstījies (-usies):

- apliecinu, ka man ir atklāta konkursa nolikuma 4.3.1.1. un/vai 4.3.2.1.punktam atbilstoša pieredze,

- piekrītu manu personas datu izmantošanai iepirkuma ar id Nr. VIAA 2017/39 ESF izvērtēšanai,

- apliecinu, ka apņemos piedalīties līguma izpildē, gadījumā, ja pretendentam \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ <*pretendenta nosaukums*> iepirkuma rezultātā tiks piešķirtas tiesības slēgt iepirkuma līgumu.

Pretendenta piesaistītā projekta vadītāja paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas

vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Pretendenta piesaistītā sabiedrisko attiecību speciālista pieredzes apliecinājums**

*(iepirkuma nolikuma* ***4.3.1.2.punkta*** *prasības apliecināšanai)*

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. daļu****)*

* + - 1. Vārds un uzvārds:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
			2. Kontaktinformācija: e-pasts:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, tel.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;
			3. Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze darbojoties komunikācijas kampaņās[[21]](#footnote-21) (kampaņām jābūt pabeigtām[[22]](#footnote-22))\*:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. p.k.** | **Pasūtītāja/darba devēja nosaukums,** **Kontaktpersona (vārds, uzvārds, amats, tālruņa Nr., e-pasta adrese)** | **Komunikācijas kampaņu realizācijas laiks,****norādot****gadu, datumu un mēnesi****(no... līdz...)** | **Komunikācijas kampaņas realizācijas budžets EUR bez PVN** | **Komunikācijas kampaņas****nosaukums un saturs,** **kampaņas laikā izmantotie komunikācijas taktikas instrumenti, kampaņu laikā īstenotās mediju attiecības – preses relīzes un proaktīvās mediju attiecības****(obligāti jāuzskaita:****vismaz 3 (trīs) publikācijas, kas nodrošinātas kampaņu ietvaros** *(papildus norādītajam šajā tabulā, piedāvājumā jāiekļauj arī vismaz 3 (trīs) veikto publikāciju paraugu kopijas vai saites, no kurām 2 (divas) ir bezmaksas publikāciju kopijas vai saites uz minētajām publikācijām un 1 (viena) ir preses relīze vai saite uz preses relīzi)* |
| 1. |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |

\* *Atbilstoši iepirkuma nolikuma 4.3.1.2.punkta prasībai pretendents piesaista sabiedrisko attiecību speciālistu, kurš atbilst šādiem kritērijiem:*

* + - * 1. *Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze, darbojoties vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņās (kampaņām jābūt pabeigtām), kur katras komunikācijas kampaņas realizācijas budžets ir ne mazāk kā 50% no nolikuma 1.6.2.1.punktā noteiktās paredzamās maksimālās iepirkuma līguma cenas un kuru laikā kampaņām nodrošinātas sabiedriskās attiecības – sagatavotas preses relīzes un īstenotas proaktīvās mediju attiecības (mērķtiecīga bezmaksas publikāciju virzīšana medijos). Pieredze tiek apliecināta atklāta konkursa nolikuma 3.pielikumā norādītajā formā:*

*Aprakstot komunikācijas kampaņas un to laikā īstenotās mediju attiecības – preses relīzes un proaktīvās mediju attiecības.*

*Piedāvājumā iekļaujot aprakstīto komunikācijas kampaņu ietvaros īstenoto mediju attiecību apliecinājumus, no kurām 2 (divas) ir bezmaksas publikāciju kopijas vai saites uz minētajām publikācijām un 1 (viena) ir preses relīze vai saite uz preses relīzi (kopā 3 publikāciju kopijas jeb apliecinājumi). Iesniegtās publikācijas var būt īstenotas vienas aprakstītās kampaņas ietvaros vai vairāku aprakstīto kampaņu ietvaros.*

4. Es, apakšā parakstījies (-usies):

- apliecinu, ka man ir atklāta konkursa nolikuma 4.3.1.2.punktam atbilstoša pieredze,

- piekrītu manu personas datu izmantošanai iepirkuma ar id Nr. VIAA 2017/39 ESF izvērtēšanai,

- apliecinu, ka apņemos piedalīties līguma izpildē, gadījumā, ja pretendentam \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ <*pretendenta nosaukums*> iepirkuma rezultātā tiks piešķirtas tiesības slēgt iepirkuma līgumu.

Pretendenta piesaistītā projekta vadītāja paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas

vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Pretendenta piesaistītā grafiskā dizainera pieredzes apliecinājums**

*(iepirkuma nolikuma* ***4.3.1.3.punkta*** *prasības apliecināšanai)*

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. daļu****)*

Vārds un uzvārds:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Kontaktinformācija: e-pasts:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, tel.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze darbojoties komunikācijas kampaņās[[23]](#footnote-23) (kampaņām jābūt pabeigtām[[24]](#footnote-24))\*:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. p.k.** | **Pasūtītāja/darba devēja nosaukums,****Kontaktpersona (vārds, uzvārds, amats, tālruņa Nr., e-pasta adrese)** | **Komunikācijas kampaņu realizācijas** **laiks,****norādot****gadu, datumu un mēnesi****(no... līdz...)** | **Komunikācijas kampaņas realizācijas budžets EUR bez PVN** | **Komunikācijas kampaņas****nosaukums un saturs,** **kampaņas laikā izmantotie komunikācijas taktikas instrumenti** **izstrādāto vizuālo noformējumu apraksts, kā arī tā apmērs – galvenie vizuālie elementi vai detalizēta kampaņas grafiskā identitāte** *(papildus šajā tabulā norādītajam, pretendents pievieno komunikācijas kampaņu ietvaros izstrādāto vizuālo elementu apliecinājumus – izdrukas ar vizuālajiem elementiem 3 dažādām komunikācijas kampaņām vai saites uz šiem vizuālajiem elementiem interneta vietnēs (kopā 3 dažādu kampaņu vizuālo elementu apliecinājumi)*  |
| 1. |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |

\* *Atbilstoši iepirkuma nolikuma 4.3.1.3.punkta prasībai pretendents piesaista grafisko dizaineri, kurš atbilst šādiem kritērijiem:*

* + - * 1. *Iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017. gadā līdz piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām) iegūta pieredze, darbojoties vismaz 3 (trīs) komunikācijas kampaņās (kampaņām jābūt pabeigtām), kur katras komunikācijas kampaņas realizācijas budžets ir ne mazāk kā 50% no nolikuma 1.6.2.1.punktā noteiktās paredzamās maksimālās iepirkuma līguma cenas un kuru laikā kampaņām nodrošināta vizuālā noformējuma izstrāde - galvenie vizuālie elementi. Pieredze tiek apliecināta atklāta konkursa nolikuma 3.pielikumā norādītajā formā:*

*Aprakstot komunikācijas kampaņas un to laikā izstrādāto vizuālo noformējumu, kā arī precizējot tā apmēru – galvenie vizuālie elementi vai detalizēta kampaņas grafiskā identitāte.*

*Piedāvājumā iekļaujot aprakstīto komunikācijas kampaņu ietvaros izstrādāto vizuālo elementu apliecinājumus – izdrukas ar vizuālajiem elementiem 3 dažādām komunikācijas kampaņām vai saites uz šiem vizuālajiem elementiem interneta vietnēs (kopā 3 dažādu kampaņu vizuālo elementu apliecinājumi).*

4. Es, apakšā parakstījies (-usies):

- apliecinu, ka man ir atklāta konkursa nolikuma 4.3.1.3.punktam atbilstoša pieredze,

- piekrītu manu personas datu izmantošanai iepirkuma ar id Nr. VIAA 2017/39 ESF izvērtēšanai,

- apliecinu, ka apņemos piedalīties līguma izpildē, gadījumā, ja pretendentam \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ <*pretendenta nosaukums*> iepirkuma rezultātā tiks piešķirtas tiesības slēgt iepirkuma līgumu.

Pretendenta piesaistītā projekta vadītāja paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas

vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**INFORMĀCIJA PAR LĪGUMA IZPILDI**

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. un/vai 2. daļu****)*

**I PRETENDENTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Pretendenta nosaukums, reģistrācijas numurs*** | ***Veicamo darbu apjoms %*** | ***Veicamo darbu apjoms EUR bez PVN*** | ***Veicamo darbu raksturojums*** |
|  |  |  |  |

Pretendents atbilst šādam uzņēmēja statusam (atzīmēt atbilstošo, ja attiecināms):

|  |
| --- |
|  |

* Mazais uzņēmums (*uzņēmums, kurā nodarbinātas mazāk nekā 50 personas un kura gada apgrozījums un/vai gada bilance kopā nepārsniedz 10 miljonus euro*);

|  |
| --- |
|  |

* Vidējais uzņēmums (*uzņēmums, kas nav mazais uzņēmums, un kurā nodarbinātas mazāk nekā 250 personas un kura gada apgrozījums nepārsniedz 50 miljonus euro, un/vai, kura gada bilance kopā nepārsniedz 43 miljonus euro*).

|  |
| --- |
|  |

Pretendents nav uzskatāms par mazo vai vidējo uzņēmēju (atzīmēt, ja attiecināms)

**II PERSONAS, UZ KURAS IESPĒJAM PRETENDENTS BALSTĀS, LAI APLIECINĀTU KVALIFIKĀCIJU**

|  |  |
| --- | --- |
| Pretendents nebalstās uz citu personu iespējām, lai apliecinātu kvalifikāciju |  |

*(ja pretendents nebalstās uz citu personu iespējām, lai apliecinātu kvalifikāciju, izdara attiecīgu atzīmi un tabulu nav nepieciešams aizpildīt)*

|  |  |
| --- | --- |
| Pretendents balstās uz citu personu iespējām, lai apliecinātu kvalifikāciju |  |

*(tabulā norāda personai nododamo darbu apjomu un veidus)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Personas, uz kuras iespējām balstās, nosaukums, reģistrācijas numurs, adrese, kontaktpersona, tālruņa numurs*** | ***Kvalifikācijas prasība, kuras izpildei persona piesaistīta*** | ***Nododamo resursu apraksts un apjoms*** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Piedāvājumam pievieno vienošanos ar katru personu, uz kuras iespējām pretendents balstās, lai apliecinātu kvalifikāciju par dalību līguma izpildē un gatavību nodot savus resursus, ja līguma slēgšanas tiesības tiktu piešķirts pretendentam.

**III APAKŠUZŅĒMĒJI**

|  |  |
| --- | --- |
| Apakšuzņēmējus līguma izpildē piesaistīt nav paredzēts |  |

*(ja apakšuzņēmējus līguma izpildē piesaistīt nav paredzēts, izdara attiecīgu atzīmi un tabulu par apakšuzņēmējiem nododamo darbu apjomu nav nepieciešams aizpildīt)*

|  |  |
| --- | --- |
| Apakšuzņēmējus līguma izpildē ir paredzēts piesaistīt |  |

*(tabulā norāda apakšuzņēmējiem un apakšuzņēmēju apakšuzņēmējiem nododamo darbu apjomu un veidus)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Apakšuzņēmēja nosaukums, reģistrācijas numurs, adrese, kontaktpersona, tālruņa numurs*** | ***Veicamo darbu apjoms %*** | ***Veicamo darbu apjoms EUR bez PVN*** | ***Veicamo darbu raksturojums*** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Piedāvājumam pievieno vienošanos ar katru apakšuzņēmēju par konkrētu darbu izpildi vai apakšuzņēmēja apliecinājumu par dalību līguma izpildē, ja līguma slēgšanas tiesības tiktu piešķirtas pretendentam.

Pretendenta piesaistītais apakšuzņēmējs \_\_\_\_\_\_\_\_\_ atbilst šādam uzņēmēja statusam (atzīmēt atbilstošo, ja attiecināms):

|  |
| --- |
|  |

* Mazais uzņēmums (*uzņēmums, kurā nodarbinātas mazāk nekā 50 personas un kura gada apgrozījums un/vai gada bilance kopā nepārsniedz 10 miljonus euro*);

|  |
| --- |
|  |

* Vidējais uzņēmums (*uzņēmums, kas nav mazais uzņēmums, un kurā nodarbinātas mazāk nekā 250 personas un kura gada apgrozījums nepārsniedz 50 miljonus euro, un/vai, kura gada bilance kopā nepārsniedz 43 miljonus euro*).

|  |
| --- |
|  |

Pretendenta piesaistītais apakšuzņēmējs nav uzskatāms par mazo vai vidējo uzņēmēju (atzīmēt, ja attiecināms)

*[ja pretendents līguma izpildē piesaista vairākus apakšuzņēmējus, informāciju par atbilstību mazā vai vidējā uzņēmuma statusam pretendents norāda par katru piesaistīto apakšuzņēmēju]*

**IV PERSONĀLS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Pienākumi līguma izpildē*** | ***Iepirkuma priekšmeta daļa*** | ***Speciālista vārds, uzvārds\**** | ***Persona, kuru pārstāv\*\**** |
| Projekta vadītājs | 1.daļa |  |  |
| Projekta vadītājs | 2.daļa |  |  |
| Sabiedrisko attiecību speciālists | 1.daļa |  |  |
| Grafiskais dizaineris | 1.daļa |  |  |

\* Pretendents norāda līguma izpildē iesaistītos speciālistus, nodrošinot visu atklāta konkursa nolikuma 4.3.punktā noteikto speciālistu piesaisti

\*\* norāda, vai piesaistītais speciālists ir

A pretendenta (piegādātāja vai piegādātāju apvienības) resurss/darbinieks

B apakšuzņēmēja - komersanta resurss/darbinieks

C persona, kura tiks piesaistīta uz atsevišķa līguma pamata konkrētā līguma izpildē

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas

vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.pielikums
atklāta konkursa
id. Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**APLIECINĀJUMS PAR**

**PIEGĀDĀTĀJU APVIENĪBAS DALĪBNIEKU**

**ATBILDĪBAS SADALĪJUMU IEPIRKUMA LĪGUMA IZPILDĒ\***

*(paraugs)*

*(Pretendentam jāiesniedz, ja piedāvājumu iesniedz par iepirkuma priekšmeta* ***1. un/vai 2. daļu****)*

Ar šo pretendents – piegādātāju apvienība <*1.piegādātāja nosaukums*>, <*2.piegādātāja nosaukums*>, <...> informē, ka, iesniedzot piedāvājumu atklātā konkursā „Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana” (id. Nr. VIAA 2017/39 ESF), ir plānots šāds piegādātāju apvienības dalībnieku atbildības sadalījums iepirkuma līguma izpildē:

<*1.piegādātāja nosaukums*> atbildīgs par ............;

<*2.piegādātāja nosaukums*> atbildīgs par ............;

<...>

Piegādātāju apvienības dalībnieki pilnvaro <*attiecīgā piegādātāja pārstāvja vārds, uzvārds, amats*> pārstāvēt piegādātāju apvienību atklātajā konkursā, tajā skaitā, piegādātāju apvienības vārdā parakstīt ar dalību atklātajā konkursā saistītos dokumentus.

1.piegādātāju apvienības dalībnieka nosaukums:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.piegādātāju apvienības dalībnieka

vai tā pilnvarotās personas vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.piegādātāju apvienības dalībnieka nosaukums:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.piegādātāju apvienības dalībnieka

vai tā pilnvarotās personas vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

<...>

6. pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA**

***Iepirkuma priekšmeta 1.daļā***

**“Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana”**

**I Vispārīga informācija par iepirkuma priekšmetu**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pozīcija** | **Apraksts** |
| 1. **Projekts**
 | “Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide”[[25]](#footnote-25) |
| 1. **Projekta finansējums**
 | Eiropas Sociālais fonds (ESF) un valsts finansējums |
| 1. **Kampaņas veids**
 | Integrētās komunikācijas kampaņa, kas iekļauj šādus komunikācijas elementus un to vēlamo īpatsvaru. Konkrētās aktivitātes īpatsvaru kampaņas izstrādē Pretendents var koriģēt atbilstoši koncepcijai:* sabiedriskās attiecības (20%),
* sociālo mediju komunikācija (15%),
* digitālā komunikācija (20%),
* reklāmas risinājumi (40%),
* informatīvie materiāli (5%).
 |
| 1. **Paredzamais darba apjoms**
 | Kampaņas koncepcijas izstrāde un kampaņas realizācija pilnā apjomā, t.sk. izvietojums medijos |
| 1. **Kampaņas raksturs**
 | Projekta palaišanas (*launch*) kampaņa |
| 1. **Kampaņas norises laiks un posmi**
 | Kampaņa jārealizē divos posmos, kuru provizoriskie laiki ir šādi: * 1.posms (*launch*, pirmā pieteikšanās) – 2017. gada augusts (vismaz 2 nedēļas), kam ieteicams veltīt 50% visu kampaņas aktivitāšu;
* 2.posms (otrā pieteikšanās) – 2017. gada novembris (vismaz 2 nedēļas), kam ieteicams veltīts 50% visu kampaņas aktivitāšu.

Norādītie provizoriskie 1. un 2.posma kampaņas realizācijas laiki objektīvu iemeslu dēļ var mainīties 1 – 6 mēnešu robežās. |
| 1. **Kampaņas mērogs**
 | Visa Latvija |
| 1. **Kampaņas budžets**
 | Nepārsniedz **41 322,31 EUR** bez PVN par abiem posmiem kopā |
| 1. **Kampaņas pamatojums, fakti un statistika**
 | * Eiropas Savienības (ES) darbības programma “Izglītība un apmācība 2020” paredz, ka līdz 2020. gadam ES mūžizglītībā būtu jāpiedalās vismaz 15% pieaugušo.
* Līdz šim Latvijā mūžizglītībā iesaistīto iedzīvotāju īpatsvars vecumā no 25 līdz 64 gadiem ir zemāks nekā vidēji ES – 5,5%, vairākumā - sievietes (*Eurostat*, 2014). Zemo dalību mūžizglītības pasākumos Latvijas izglītības izvērtējumā konstatējusi arī OECD.
* Kopumā Eiropā ir pašsaprotami, ka iedzīvotāji pēc izglītības ieguves turpina mācīties visu mūžu, lai saglabātu konkurētspēju darba tirgū, taču Latvijā pieaugušo izglītība nav populāra, prestiža un nereti to uztver kā lieku laika patēriņu.
* Atšķirībā no citām Eiropas valstīm Latvijā arī darba devēji aktīvi neseko līdzi, lai viņu nodarbinātie regulāri pilnveidotu savas profesionālās kompetences.
 |
| 1. **Kampaņas mērķauditorija**
 | * Primārā mērķauditorija: ikviens nodarbinātais vecumā no 25 gadiem līdz darbaspējas vecumam (t.sk. var būt strādājoši pensionāri), kuru vidū ir šādas prioritārās mērķauditorijas, kurām augsta pieteikumu skaita gadījumā tiks dota priekšroka:
	+ nodarbinātie vecumā no 25 gadiem ar zemu izglītības līmeni (pabeigta vai nepabeigta pamatizglītība vai vispārējā vidējā izglītība), ar izglītību specialitātē, kurā vērojams darbaspēka trūkums vai ar izglītību specialitātē, kurā cilvēkresursu piedāvājums pārsniedz pieprasījumu.
	+ sociālā riska grupu nodarbinātie (saskaņā ar IZM datiem 201 tūkstotis strādājošo):
		- vecumā no 45 gadiem, kas strādā profesiju klasifikatora 5., 7., 8. un 9.pamatgrupas profesijās[[26]](#footnote-26);
		- vecumā no 50 gadiem, kas [Nodarbinātības valsts aģentūras projekta](http://www.nva.gov.lv/index.php?cid=&mid=2&txt=4419) (NVA)[[27]](#footnote-27) ietvaros saņēmuši rekomendāciju profesionālās tālākizglītības, profesionālās pilnveides vai neformālās izglītības programmas apguvei;
		- bēgļi un personas ar alternatīvo statusu.
* Sekundārā mērķauditorija: darba devēji un to personāla vadības speciālisti, karjeras konsultanti, pašvaldības un pieaugušo/mūžizglītības speciālisti pašvaldībās, nacionālie un reģionālie mediji, sabiedrība kopumā.
 |
| 1. **Projekta priekšvēsture un jauninājumi**
 | Iepriekšējā fondu plānošanas periodā līdzīgas mācības organizēja NVA, un attiecīgais projekts sabiedrībā bija pazīstams kā “kuponu projekts”. Atšķirībā no iepriekšējā perioda šoreiz: * projekta laikā darbosies Pieaugušo izglītības pārvaldības padome, kas stratēģiski sekos līdzi nepieciešamo mācību pieprasījumam, piedāvājumam un tā kvalitātei, kā arī atbilstībai darba tirgus vajadzībām, ņemot vērā Ekonomikas ministrijas un Labklājības ministrijas darba tirgus prognozes, nozaru vajadzības, kā arī pašvaldību ieteikumus;
* projektā kā sadarbības partneri darbosies pašvaldības un NVA. Pašvaldību pieaugušo izglītības koordinatoru uzdevums būs uzrunāt un piesaistīt prioritāro mērķauditoriju, savukārt NVA karjeras konsultantu uzdevums – šaubu gadījumā palīdzēt mērķauditorijai izdarīt piemērotāko mācību izvēli;
* mācības varēs organizēt gan valsts un pašvaldību profesionālās izglītības iestādes un koledžas, gan augstskolas un privātās izglītības iestādes.
 |
| 1. **Projekta mērķis**
 | * Pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci, lai laikus novērstu darbaspēka kvalifikācijas neatbilstību darba tirgus pieprasījumam, veicinātu strādājošo konkurētspēju un darba produktivitātes pieaugumu.
 |
| 1. **Kampaņas mērķi**
 | * Radīt veiksmīgu projekta uzsākšanas radošo risinājumu, iedzīvinot projekta un piedāvāto mācību atpazīstamību nacionālā mērogā.
* Informēt projekta primārās un sekundārās mērķauditorijas par piedāvātajām mācībām, to priekšrocībām, pieteikšanās praktiskajiem aspektiem un aicināt izdarīt pārdomātu lēmumu, izvēloties piemērotākās mācības ilgtermiņā.
* Veicināt mērķauditoriju izpratni par projekta pieaugušo izglītības piedāvājuma kvalitāti un saskaņotību ar darba tirgus vajadzībām, stiprinot pieaugušo izglītības prestižu sabiedrībā kopumā.
 |
| 1. **Vizuālā identitāte**
 | * Kampaņas vizuālie elementi. Pretendentam jāņem vērā, ka kampaņas galvenie vizuālie elementi kampaņas sagatavošanas posmā būs jāsaskaņo un jāintegrē ar VIAA vizuālo identitāti[[28]](#footnote-28) un ES fondu publicitātes prasībām, kas aprakstītas nākamajā apakšpunktā.
* Obligāta atsauce uz finansējumu. Izstrādājot jebkuru kampaņas 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](http://www.esfondi.lv/upload/00-vadlinijas/vadlinijas_2016/es_fondu_publicitates_vadlinijas_30122016.pdf), savukārt ar ES fondu logotipu ansambli var iepazīties [šeit](http://esfondi.lv/vizualo-prasibu-elementi#vizualo_elementu_ansamblis).
 |
| 1. **Būtiski apstākļi, kas ietekmē kampaņu**
 | * Kampaņas galvenie vēstījumi un vizuālie elementi jāveido tādi, lai tie uzrunātu pēc iespējas plašāku kampaņas mērķauditoriju, ne tikai prioritārās mērķauditorijas.
* Šobrīd provizoriski plānots, ka pirmajā mācību posmā varētu būt izglītības programmu piedāvājums četrās darba tirgū pašlaik prioritārajās nozarēs:
	+ kokrūpniecība,
	+ būvniecība,
	+ informācijas un komunikācijas tehnoloģijas,
	+ metālapstrāde, mašīnbūve un mašīnzinības.
* Plānots, ka 2017. gadā piedāvājums tiks atjaunots un papildināts ar jauniem mācību piedāvājumiem vēl vismaz vienu reizi – 2017. gada rudenī, kuram provizoriskais pieteikšanās 2. posms paredzēts novembrī.
* Katrs iedzīvotājs, kas atbilst projekta mērķauditorijai, mācības šajā projektā līdz 2022. gadam varēs īstenot tikai vienu reizi, tāpēc izvēle par labu īstajām mācībām ir jāizdara rūpīgi, izsverot savas nākotnes karjeras perspektīvas, kā arī nepieciešamās prasmes.
* Pieejamo mācību veidi:
	+ profesionālās tālākizglītības programmas (480-1280 stundas), kuru noslēgumā saņem izglītības dokumentu;
	+ profesionālās pilnveides programmas (160-320 stundas), kuru noslēgumā saņem sertifikātu;
	+ neformālās izglītības programmas (ne vairāk kā 159 stundas), kuru noslēgumā saņem sertifikātu.
* Plānots, ka mācības būs pieejamas nodarbinātajiem ērtā laikā – vakaros vai brīvdienās.
* Projekta laikā notiks ne tikai nodarbināto personu apmācība, bet arī visaptveroša pieaugušo izglītības pārvaldības sistēmas izveide Latvijā.
* Mērķauditorijas informēšanai un piesaistei projektā VIAA ir piesaistījis sadarbības partnerus:
	+ pašvaldības, kurās darbosies pieaugušo izglītības koordinators, kura uzdevums būs sniegt nodarbinātajiem informāciju par izglītības iespējām, kā arī uzrunāt un motivēt personas pieteikties mācībām;
	+ NVA, kuru karjeras konsultantu uzdevums būs sniegt karjeras konsultācijas tiem nodarbinātajiem, kas šaubās par savu izvēli;
	+ profesionālās izglītības iestādes un citas izglītības iestādes, kas piedāvās mācības nodarbinātajiem.
 |
| 1. **Mācību priekšrocības**
 | * Nodarbinātajiem, kam nav piešķirts maznodrošinātas vai trūcīgas personas statuss, mācības tiks apmaksātas 90% apmērā.
* Nodarbinātajiem ar maznodrošinātā vai trūcīgā statusu mācības tiks apmaksātas 100% apmērā, kā arī būs pieejams atbalsts reģionālajai mobilitātei (ceļa izdevumu kompensācija), ja pamatoti nepieciešams.
* Sociālās atstumtības riskam pakļautajiem nodarbinātajiem iedzīvotājiem ar invaliditāti pieejams papildu atbalsts asistenta vai surdotulka pakalpojumiem.
 |
| **17. Kampaņas izaicinājumi** | * *Projekta palaišana (launch) vasarā.* Saskaņā ar ES fondu apguves grafiku projekta palaišana mērķauditorijai ir paredzēta 2017. gada vasarā – nodarbināto atvaļinājumu laikā, kad to dienaskārtībā nav domu par mācībām vai konkurētspējas paaugstināšanu, tāpēc izaicinājums ir par spīti šiem apstākļiem pievērst mērķauditorijas uzmanību, ieinteresēt to iepazīties ar piedāvājumu un pieteikties.
* *Ierobežots kampaņas sagatavošanas posms.* Iepirkuma norisei nepieciešamo termiņu dēļ pēc līguma noslēgšanas kampaņas sagatavošana 1.posmam visticamāk būs jāveic saspringtā laika termiņā.
* *Pieteikšanās ar iesniegumu*. Kampaņas pirmā posma īstenošanas brīdī vēl nebūs izstrādāta elektroniskā sistēma, kurā visu projekta īstenošanas laiku varēs izvēlēties mācību piedāvājumu un reģistrēties mācībām, tāpēc sākotnēji pieteikšanās notiks, iepazīstoties ar mācību piedāvājumu VIAA mājaslapā un iesniedzot pieteikumu izvēlētajai mācību iestādei.
* *Vienota komunikācija visiem īstenotājiem*. Ņemot vērā vairāku sadarbības partneru iesaisti, viens no izaicinājumiem ir panākt, ka visas iesaistītās puses – VIAA, NVA karjeras konsultanti, pašvaldību pieaugušo izglītības koordinatori un piedāvāto izglītības iestāžu pārstāvji “runā vienā valodā” – korekti nodod vēstījumus, kā arī dara to vienotā vizuālā noformējumā.
 |

**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 – saistošā aprakstā, prezentācijas formātā vai citādi.

Pasūtītāja tehniskie nosacījumi piedāvājuma sagatavošanā:

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

Integrētās komunikācijas kampaņas elementu procentuālajam sadalījumam un svaram (Nr. 2.1., 2.2., 2.3., 2.4., 2.5.) ir rekomendējošs raksturs un Pretendents to var koriģēt atbilstoši piedāvātajai kampaņas koncepcijai tādā veidā, lai pēc iespējas efektīvāk sasniegtu kampaņas mērķus un mērķauditoriju.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Kampaņas koncepcija**
 | **Pasūtītāja stratēģiskie nosacījumi** |
| * 1. Galvenā ideja, sauklis/devīze/tēmturis, vēstījumi, vizuālie elementi
 | Izstrādāt, aprakstīt un pamatot komunikācijas kampaņas koncepciju, kas ietver radošus un stratēģiski pamatotus risinājumus, kam ir potenciāls uzrunāt kampaņas primāro un sekundāro mērķauditoriju, kā arī sasniegt noteiktos kampaņas mērķus. * Galvenā ideja. Pretendents apraksta un pamato kampaņas galveno ideju, kādā veidā plānots uzrunāt mērķauditoriju un sasniegt kampaņas mērķus, ņemot vērā iepriekš aprakstīto kampaņas problemātiku un izaicinājumus.
* Kampaņas sauklis un/vai devīze, un/vai tēmturis un vēstījumi. Pretendents apraksta un pamato, kāds būs kampaņas (1) galvenais vēstījums: sauklis un/vai devīze, un/vai tēmturis un (2) papildinošie vēstījumi. Sauklim un/vai devīzei, un/vai tēmturim jābūt precīzam, trāpīgam, mērķauditoriju uzrunājošam.
* Kampaņas vizuālie elementi (*key visuals*). Pretendents apraksta vai vizualizē, kāds būs kampaņas iecerētais vizuālais noformējums (galvenie vizuālie elementi) - kā kampaņa izskatīsies un tiks ilustrēta. Pretendentam jāņem vērā, ka kampaņas sagatavošanas posmā galvenie vizuālie elementi būs jāsaskaņo un jāintegrē ar VIAA vizuālo identitāti un ES fondu publicitātes prasībām (skat. 14. punktu specifikācijas I daļā).

*(!) Uzsākot darbu pie kampaņas Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu precizēt un aktualizēt iesniegto koncepciju atbilstīgi faktiskajai situācijai, ciktāl tas nemaina Pretendenta iesniegtās kampaņas koncepcijas pamatideju un būtiskos elementus (t.i. nemainot galvenās idejas būtību, piedāvātā saukļa un/vai devīzes, un/vai tēmtura un vēstījumu būtību, vizuālo elementu stilu).*  |
| 1. **Kampaņas taktika**
 | **Pasūtītāja stratēģiskie nosacījumi** |
| 2.1. Sabiedris-kās attiecības (20%) | Pretendents sīkāk apraksta un pamato sabiedrisko attiecību aktivitātes, tajā skaitā:* *Preses relīzes*. Preses relīžu sagatavošana izplatīšanai nacionālā līmenī un reģionālā līmenī, piedāvājumā ieskicējot un pamatojot preses paziņojumu provizoriskās tēmas un provizorisko izsūtīšanas laiku kopējā laika grafikā. Preses relīžu formāts, biežums un tēmas jāplāno atbilstoši kampaņas koncepcijai un tajā paredzētajām aktivitātēm, taču jāparedz vismaz 3 preses paziņojumi kampaņas 1. posmā un vismaz 2 preses paziņojumi kampaņas 2. posmā. Pretendentam jāņem vērā, ka preses relīzes sagatavo (t.sk. citātus un faktus) un izplata Pretendents, saskaņojot ar Pasūtītāju.
* *Mediju attiecības*. Neapmaksātu proaktīvo publikāciju virzīšana nacionālajos un reģionālajos medijos. Piedāvājumā jāieskicē provizoriskās publikāciju tēmas, publikāciju apjoms un mediji, kuros tiks virzītas publikācijas, pamatojot savu izvēli, kā arī plānoto laiku kopējā laika plānā. Vēlama intensīva proaktīvā publicitāte kampaņas 1. posmā, kā arī uzturošā proaktīvā publicitāte kampaņas 2. posmā.
* *Mediju pasākums (preses konference, brīfings, ekspertu diskusija u.tml.)*, kas reizē ir arī kampaņas atklāšanas pasākums vismaz kampaņas 1.posmā. Pretendents apraksta izvēlēto mediju pasākuma veidu un iespējamo norises vietu un noformējumu (ja attiecināms). Atbilstoši Pretendenta piedāvātajai kampaņas koncepcijai pasākumam var arī būt netradicionāls formāts. Plānots, ka mediju pasākumā varētu piedalīties šādas iesaistītās puses:
	+ Izglītības un zinātnes ministrs (IZM) vai kāda cita IZM amatpersona,
	+ VIAA direktors,
	+ Latvijas Pašvaldību savienības pārstāvis,
	+ NVA pārstāvis,
	+ pārstāvis no profesionālās izglītības iestādes, piemēram, profesionālās izglītības kompetences centra (PIKC).

(!) Pasākumā jānodrošina arī fotogrāfs.* Citas sabiedrisko attiecību aktivitātes pēc pretendenta ieskatiem, ja nepieciešamas saskaņā ar kampaņas koncepciju.

*(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo detalizētu sabiedrisko attiecību aktivitāšu plānu, kuru saskaņo ar Pasūtītāju un nepieciešamības gadījumā veic korekcijas, ciktāl tās nemaina sākotnēji piedāvāto risinājumu būtību/pamatideju. Sabiedrisko attiecību aktivitāšu plāns atbilstoši faktiskajai situācijai un aktualitātei var tikt aktualizēts arī kampaņas īstenošanas laikā. Kampaņas 1.posma sagatavošanas laikā Pretendents sagatavo arī mediju pasākuma scenāriju, kuru saskaņo ar Pasūtītāju.* *Ja mediju pasākuma sagatavošanas posmā tiek konstatēts, ka objektīvu iemeslu dēļ mediju pasākumu nav iespējams īstenot piedāvājumā paredzētajā mediju pasākuma norises vietā vai formātā vai arī lietderības un kampaņas efektivitātes apsvērumu dēļ mediju pasākums efektīvāk sasniegtu kampaņas mērķi un mērķauditoriju citā norises vietā vai formātā, Pasūtītājam un Izpildītājam par to savstarpēji vienojoties, ir iespējams precizēt/mainīt mediju pasākuma norises vietu vai formātu.* |
| 2.2. Sociālo mediju komunikācija (15%) | Pretendents sīkāk apraksta un pamato sociālo mediju aktivitātes, tajā skaitā:* *Īpašas aktivitātes*, kas ir atbilstošas un šobrīd aktuālas saskaņā ar sociālo mediju satura mārketinga tendencēm - vismaz viens speciāli sociālajiem medijiem radīts saturs kampaņas īstenošanas laikā, piemēram, infografika, video vai cits jēgpilns saturs, kuru nepieciešamības gadījumā var reklamēt, izmantojot sociālo mediju maksas reklāmas iespējas. Pretendents apraksta un nepieciešamības gadījumā ilustrē izvēlēto aktivitāti.

(!) Konkursus, spēles un līdzīga satura aktivitātes nepiedāvāt. * *Sociālo mediju ieraksti*. Uz katru kampaņas posma laiku Izpildītājam jānodrošina ieraksti sociālajos medijos 2-3 reizes nedēļā trijos sociālajos medijos - *Twitter, Facebook* un *Draugiem.lv*, kur VIAA ir oficiālās lapas un profili.

(!) Nepiedāvāt jaunu un tikai ar kampaņu saistītu sociālo mediju kontu izveidi, jo VIAA līdzšinējā pieredze liecina, ka tie nav ilgtspējīgs risinājums. * *Apmaksāta reklāma sociālajos medijos*. Atbilstoši primārās un sekundārās mērķauditorijas vajadzībām, kā arī kampaņas radošajai koncepcijai jāparedz apmaksāta reklāma sociālajos medijos, piemēram, sponsorētais ieraksts *Facebook*, info logs *Draugiem.lv* un/vai sponsorētais tvīts *Twitter*. Pretendents izvērtē, piedāvā un apraksta piemērotākos risinājumus un izvēlēto sociālo tīklu vai tīklus, kā arī reklāmas veidu, ilgumu, formātu, paredzamo auditoriju, klikšķu skaitu utt., ņemot vērā kampaņas specifiku un mērķauditoriju.
* *Sociālo tīklu noformējuma ādiņas uz kampaņas laiku* visos trīs iepriekš minētajos sociālajos medijos VIAA oficiālajos kontos - *Twitter, Facebook un Draugiem.lv*. Iesniedzot piedāvājumu, sociālo tīklu ādiņu piemēru ilustrācijas nav nepieciešams iesniegt.
* Citas sociālo mediju attiecību aktivitātes pēc pretendenta ieskatiem, ja nepieciešamas saskaņā ar kampaņas koncepciju.

Informācijai: VIAA ir profili šādos sociālajos tīklos:* *Twitter:* [*@VIAA\_LV*](https://twitter.com/VIAA_LV)*;*
* *Draugiem.lv:* [*http://www.draugiem.lv/viaa/.*](http://www.draugiem.lv/viaa/)*;*
* *Facebook.com:* [*https://www.facebook.com/VIAA.LV/*](https://www.facebook.com/VIAA.LV/)

*(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo un saskaņo ar Pasūtītāju sociālo mediju aktivitāšu saturu un īstenošanu (t.sk. sociālo mediju ierakstu kalendāru, tam atlasīto vizuālo materiālu un tml.), un tajās nepieciešamības gadījumā veic korekcijas, ciktāl tās nemaina sākotnēji piedāvāto risinājumu būtību/pamatideju. Sociālo mediju aktivitāšu saturs un īstenošanas plāns atbilstoši faktiskajai situācijai un aktualitātei var tikt aktualizēts arī kampaņas īstenošanas laikā.* |
| 2.3. Digitālā komunikācija (20%) | Pretendents sīkāk apraksta un pamato digitālās komunikācijas aktivitātes, tajā skaitā:* *Baneri internetā*. Atbilstoši primārās un sekundārās mērķauditorijas vajadzībām, kā arī kampaņas radošajai koncepcijai jāparedz baneru izvietošana internetā vismaz kampaņas 1. posmā. Tie var būt baneri interneta portālos vai īpaši atlasītās vietnēs, kuras saskaņā ar interneta lietošanas un meklēšanas paradumiem apmeklē kampaņas mērķauditorija, piemēram, izmantojot *online behavioural targeting* metodi. Pretendents izvērtē, apraksta, pamato un ar piemēriem ilustrē izvēlēto efektīvāko risinājumu, kā arī norāda baneru izvietošanas ilgumu, vietas, biežumu un potenciāli aizsniedzamo mērķauditoriju.
* *Reklāma Google platformās*. Lai audzētu VIAA mājaslapas apmeklējumu un redzamību kampaņas laikā un it īpaši kampaņas 1. posmā, jānodrošina reklāma *Google* platformās, piemēram, *Google Search Adwords*, reklāmas baneri *Google Display Network* tīklā, remārketings iepriekšējo lietotāju atgriešanai mājaslapā vai tml. reklāmas pakalpojumi. Pretendents izvērtē, apraksta, piedāvā un ar piemēriem ilustrē izvēlētos efektīvākos reklāmas risinājumus, norādot arī to izvietošanas ilgumu, biežumu, potenciāli aizsniedzamās mērķauditorijas lielumu.
* Kustīgi digitālie baneri VIAA un sadarbības partneru mājaslapās (pašvaldības, izglītības iestādes, u.c.). Lai nodrošinātu ātru un efektīvu informācijas atrašanu par projektu un piedāvātajām mācībām dažādās vietnēs, jau uz kampaņas 1.posma īstenošanu nepieciešams izstrādāt banerus (tikai banera dizaina izstrāde, par izvietojumu atbild Pasūtītājs). Baneru formāti:
	+ GIF, 720 x300 un 240 x 120 pikseļi ([www.viaa.gov.lv](http://www.viaa.gov.lv)),
	+ GIF, 240 x 240 pikseļi ([www.niid.lv](http://www.niid.lv)),
	+ GIF, 120 x 120 pikseļi, kā arī jāparedz vēl vismaz 3 citi izmēri pēc Pasūtītāja sadarbības partneru noteiktiem izmēriem.
* *Vizuāls noformējums VIAA mājaslapas sadaļām*. Tā kā uz kampaņas 1. posmu vēl nebūs pieejama speciāli izstrādāta e-sistēma reģistrācijai mācībām, bet visa informācija izklāsta veidā būs pieejama VIAA mājaslapā, uz kampaņas 1.posma īstenošanu nepieciešams paredzēt un izstrādāt vizuāļus šo sadaļu noformējumam. Paredzamās sadaļas:
	+ “Mācības” (mācību uzskaitījums un izglītības iestādes),
	+ “Mērķauditorija” (informācija, kurš var pieteikties mācībām),
	+ “Mācību priekšrocības” (piedāvātie labumi, atvieglojumi, u.c.)

Lai padarītu mērķauditorijai pievilcīgu šo informāciju, Pretendentam jāparedz sadaļu vizuāļi, piemēram, galviņas jeb “*headers*” (platums – 720 pikseļi). Piemērs VIAA *Jauniešu garantijas* sadaļā: [www.viaa.gov.lv/jauniesugarantija](http://www.viaa.gov.lv/jauniesugarantija). Pretendents var paredzēt arī speciāla digitālā risinājuma izstrādi visu šo sadaļu integrācijai, kuru var iegult (*embedot*) VIAA mājaslapā, ja tas iekļaujas kopējā koncepcijā un budžetā, taču tas nav obligāts nosacījums. Piemēri digitālajam risinājumam VIAA mājaslapā (nav jāuztver kā paraugi):* + Karjeras nedēļas digitālais rīks: [www.viaa.gov.lv/karjeras\_nedela](http://www.viaa.gov.lv/karjeras_nedela);
	+ *SkillsLatvia* digitālais rīks: <http://www.viaa.gov.lv/lat/skillslatvia/skillslatvia/skillslatvia2017/profesijas/>

Pretendents izvērtē, apraksta un piedāvā izvēlēto risinājumu saskaņā ar savu kampaņas koncepciju.* citas digitālās komunikācijas aktivitātes pēc pretendenta ieskatiem, ja nepieciešamas saskaņā ar kampaņas koncepciju.

*(!) Uzsākot darbu pie kampaņas, Pretendents sagatavo un saskaņo ar Pasūtītāju visus paredzētās digitālās komunikācijas dizainus, tekstus, provizorisko izvietošanas laika plānu u.tml., nepieciešamības gadījumā veicot korekcijas, ciktāl tās nemaina sākotnēji piedāvāto risinājumu būtību/pamatideju.* |
| 2.4. Reklāmas risinājumi (40%) | * Tā kā kampaņas norises posmu īstenošanas termiņš uz iepirkuma izsludināšanas brīdi ir provizorisks un tas objektīvu iemeslu dēļ var mainīties 1-6 mēnešu robežās, kā arī kampaņas sagatavošanai provizoriski būs ierobežots laika posms, šie apstākļi var ietekmēt reklāmas risinājumu ražošanas laiku un izvietošanas pieejamību.
* Šo iemeslu dēļ Pretendents norāda izvēlētos prioritāros reklāmas risinājumus, taču Pretendentam jāpiedāvā arī alternatīvi reklāmas risinājumi, ar kuriem nepieciešamības gadījumā aizvietot kādu vai visus no prioritārajiem reklāmas risinājumiem, ja tie objektīvu apstākļu dēļ nav īstenojami.
* Pretendents ņem vērā, ka kampaņas laikā jāīsteno vismaz divi piedāvātie prioritārie reklāmas risinājumi (atšķirīgos komunikācijas kanālos). Iestājoties objektīviem apstākļiem (piemēram, mainoties sākotnēji plānotajam kampaņas laika periodam, kas būtiski ietekmē piedāvātās reklāmas risinājuma ražošanas laiku vai izvietošanas pieejamību u.c. objektīvi apstākļi), saskaņojot ar Pasūtītāju, kāds vai vairāki no prioritārajiem reklāmas risinājumiem var tikt aizstāti ar kādu vai vairākiem no Pretendenta piedāvātajiem alternatīvajiem risinājumiem, pēc iespējas nodrošinot efektivitātes ziņā līdzvērtīgu mērķauditorijas aizsniedzamību. Par iespējamām kombinācijām Pasūtītājs vienosies kopā ar Pretendentu.

*2.4.1. Prioritārie reklāmas risinājumi.* Pretendents piedāvā vismaz 2 (divus) prioritāros reklāmas risinājumus saskaņā ar kampaņas koncepciju. Prioritārie risinājumi var ietvert reklāmu radio, sabiedriskajā transportā, televīzijā, vidē u.c. reklāmas kanālos, nodrošinot pēc iespējas efektīvāku dažāda vecuma grupu mērķauditoriju aizsniedzamību un informētību. Pretendents norāda izvēlēto reklāmas risinājumu veidus, izvietošanas periodu, biežumu un skaitu (ja attiecināms), pamatojot piedāvājumu un minot piemērus ar ilustrācijām (ja attiecināms). 2*.4.1. Alternatīvie reklāmas risinājumi.* Pretendents piedāvā vismaz 2 (divus) alternatīvos reklāmas risinājumus, ņemot vērā, ka tiem nepieciešamības gadījumā jāaizstāj prioritārie reklāmas risinājumi, nodrošinot līdzvērtīgi efektīvu mērķauditorijas aizsniedzamību. Pretendents apraksta piedāvājumu, norādot izvēlētos reklāmas risinājumu veidus, izvietošanas periodu, biežumu un skaitu (ja attiecināms), pamatojot piedāvājumu un minot piemērus ar ilustrācijām (ja attiecināms). Alternatīvo risinājumu skaitam ir jābūt tikpat lielam kā prioritāro risinājumu skaitam un jānodrošina pēc iespējas efektīvāka dažāda vecuma grupu mērķauditoriju aizsniedzamība un informētība. *(!) Pretendents aktualizē reklāmas risinājumu mediju izvietojumu plānu atbilstoši aktuālajiem kampaņas īstenošanas posmiem un izvēlētajiem reklāmas risinājumiem un to kombinācijām, kā arī sagatavošanas posmā saskaņo reklāmas risinājumu dizainus, tekstus, “story boards”, aizkadra balsis, muzikālo pavadījumu u.c. atbilstoši izvēlētājiem risinājumiem, kurus saskaņo ar Pasūtītāju, nepieciešamības gadījumā veicot korekcijas, ciktāl tās nemaina sākotnēji piedāvātā risinājuma būtību/pamatideju.* |
| 2.5. Informatīvie materiāli (5%) | * Zemāk norādīti Pasūtītāja minimāli noteiktie informatīvie materiāli, kurus Pretendents var papildināt ar citiem materiāliem, kas nepieciešami saskaņā ar piedāvāto kampaņas koncepciju.
* Par kampaņas materiālu sašķirošanu un nogādāšanu sadarbības partneriem gādā Pasūtītājs.
* Pozīcijās Nr. 2.5.1. – 2.5.3. minētie materiāli ir jāpiegādā vismaz nedēļu pirms kampaņas 1.posma sākuma.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Materiāls** | **Materiāla mērķis un specifikācija** | **Skaits tipogrāfiskai drukai** |
| 2.5.1. Plakāts | *Mērķis*: informatīvs kampaņas materiāls izvietošanai pie sadarbības partneriem – pašvaldībās un NVA filiāļu adresēs, kopā līdz pat 170 adresēs.*Specifikācija:* izmērs - A1, 4+4 apdruka, papīrs: 170 g/m2 Maxi Gloss, kam jānodrošina tipogrāfiskā druka. Kopā 1 dizains, bet 3 dažādi maketi: * 1 makets tipogrāfiskajai drukai;
* 1 makets izplatīšanai digitālā vidē - JPG un PDF (mājaslapā, sociālajos tīklos, u.tml.);
* 1 makets, kas piemērots izdrukai uz biroja printera (JPG un PDF).
 | 2 000 |
| 2.5.2. Plakāta šablons | *Mērķis*: informatīvs materiāls, kas noformēts kampaņas vizuālajā identitātē un kuru sadarbības partneri - pašvaldības un izglītības iestādes - var aizpildīt ar savu saturu (piem., pieejamām mācībām konkrētajā reģionā), izdrukāt un izvietot pie ziņojuma dēļa vai citās vietās. Jāparedz atsevišķs dizains, kas atšķiras no 2.5.1. punktā minētā plakāta dizaina, jo jāparedz arī brīvi aizpildāms laukums. *Specifikācija:* 1 (viens) A3 kvalitātes dizains (kuram nav nepieciešama tipogrāfiskā druka), bet 2 dažādi maketi *MS Word* formātā ar integrētu kampaņas dizainu:* 1 krāsains makets aizpildīšanai un izdrukai uz biroja krāsu printera;
* 1 melnbalts makets aizpildīšanai un izdrukai uz biroja printera melnbaltā versijā.

Piemēri atrodami VIAA mājaslapā pie iepirkuma dokumentācijas.  | Nav nepieciešama tipogrāfiskā druka |
| 2.5.3. Skrejlapa | *Mērķis*: informatīvs kampaņas materiāls izvietošanai un izplatīšanai kampaņas atklāšanas pasākumā, kā arī pie kampaņas sadarbības partneriem –pašvaldībās un NVA filiāļu adresēs, kopā līdz pat 170 adresēs.*Specifikācija:* izmērs – A6 vai līdzvērtīgs kabatas izmēra formāts atbilstoši kampaņas radošajai koncepcijai, 4+4 apdruka, papīrs: 170 g/m2 *Maxi Gloss*, kam jānodrošina tipogrāfiskā druka. Kopā 1 dizains, 3 dažādi maketi:* 1 makets tipogrāfiskajai drukai,
* 1 makets izplatīšanai digitālā vidē - JPG un PDF (mājaslapā, sociālajos tīklos, u.tml.)
* 1 makets, kas piemērots izdrukai uz biroja printera (JPG un PDF).
 | 60 000 |
| 2.5.4. *Roll-up* baneris | *Mērķis*: vizuāls noformējums kampaņas mediju pasākumā, kā arī citos projekta pasākumos turpmāk. *Specifikācija:* 1 dizains, izmērs: 2200 x 1000\* mm; druka: pilnkrāsu vienpusēja (CMYK 4+0); materiāls: speciāls PVC materiāls - Solo easy 450 / Bermuda vai līdzvērtīgs. Citas prasības: * Uzdrukātajai informācijai jābūt nodilumizturīgai, kas novērstu vieglas mehāniskas iedarbības bojājumu rašanos.
* Banera konstrukcija: izturīga, viegli saliekama augstākās kvalitātes vieglmetāla konstrukcija, izgatavota no alumīnija, sudraba krāsā.
* Roll-up banerim jābūt stabilam, tas nedrīkst svērties un gāzties. Komplektā pievienojama soma *roll-up* banera uzglabāšanai un pārvietošanai.
 | 1 roll-up baneris |

* citi informatīvie materiāli pēc pretendenta ieskatiem, ja nepieciešami saskaņā ar kampaņas koncepciju.

*(!) Norādītajiem izmēriem pieļaujama 5% pielaide. Uzsākot darbu pie materiālu veidošanas, Pretendents saskaņo to dizainus ar Pasūtītāju, nepieciešamības gadījumā veicot korekcijas.* |

 **III Darba uzdevuma pielikums – kampaņas laika plāns**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pielikums** |  **Apraksts** |
| **Provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns** | * Jāsagatavo un jāiesniedz kampaņas komunikācijas aktivitāšu provizoriskais laika plāns, kas ietver ne tikai kampaņas īstenošanas posmu, bet arī kampaņas sagatavošanas un atskaitīšanās posmu.
* Provizoriskais kampaņas aktivitāšu plāns Pasūtītāja izpratnē nav kampaņas mediju izvietojuma plāns, bet gan visu paredzamo darbu plāns, tajā skaitā aktivitāšu sagatavošanas un saskaņošanas aktivitātes.
* Provizoriskais aktivitāšu laika plāns Pasūtītāja izpratnē ir plāns kalendāra formātā, kas ietver kampaņas 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.
* Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu koriģēt un aktualizēt laika plānu atbilstoši faktiskajai situācijai, uzsākot kampaņas īstenošanu un kampaņas norises laikā pēc nepieciešamības.
 |

**IV Kampaņas provizorisko laika plānu un finanšu piedāvājumu ietekmējošie aspekti**

|  |  |
| --- | --- |
| **Aspekts** | **Skaidrojums** |
| Kampaņas koordinēšana | Kampaņas norises koordinācija ir Pretendenta tiešā atbildībā, saskaņojot to ar Pasūtītāju. |
| Kampaņas valoda | Kampaņas laikā jāparedz literārajām normām atbilstoša un mērķauditorijai piemērotu tekstu veidošana visām komunikācijas vajadzībām. |
| Norēķināšanās kārtība | Līgums ar Pretendentu neparedz priekšapmaksu, bet maksājumus par padarīto 3 daļās:* 1. daļa – 30% par kampaņas 1. posma (*launch*) sagatavošanas darbiem, pamatojoties uz paveikto darbu apliecinājumiem un abpusēji parakstītu pieņemšanas-nodošanas aktu;
* 2. daļa – 30% par kampaņas 1. posma (*launch*) īstenošanas darbiem, pamatojoties uz paveikto darbu apliecinājumiem un abpusēji parakstītu pieņemšanas-nodošanas aktu;
* 3. daļa – 40% par kampaņas 2. posma sagatavošanas un īstenošanas darbiem, pamatojoties uz kampaņas gala atskaiti un abpusēji parakstītu pieņemšanas-nodošanas aktu.

Maksājumu veikšanas detalizēta kārtība norādīta iepirkuma Nolikuma 11.pielikumā “Līguma projekts”.  |
| Izmaiņu veikšanas kārtība | * *Izmaiņas laikā*. Gadījumā, ja līguma izpildes laikā objektīvu iemeslu dēļ kādu no kampaņā plānotajām un pretendenta piedāvātajām aktivitātēm nav iespējams īstenot piedāvājumā paredzētajā kampaņas īstenošanas posmā vai arī lietderības un kampaņas efektivitātes apsvērumu dēļ attiecīgās aktivitātes īstenošana efektīvāk sasniegtu kampaņas mērķi un mērķauditoriju otrā kampaņas īstenošanas posmā, Pasūtītājam un Izpildītājam par to savstarpēji vienojoties, ir iespējams precizēt/mainīt aktivitāšu īstenošanas laika posmu. Precizējumu veikšanas rezultātā, līgumcena paliek nemainīga. Precizējumu veikšana tiek saskaņota elektroniski un par to netiek sastādīti līguma grozījumi.
* *Izmaiņas apjoma sadalījumā*. Gadījumā, ja līguma izpildes laikā objektīvu iemeslu dēļ kādu no kampaņā plānotajām un pretendenta piedāvātajām aktivitātēm konkrētā kampaņas īstenošanas posmā nav iespējams īstenot piedāvātajā apjomā vai arī aktivitātes apjoma daļas izpilde lietderības un kampaņas efektivitātes apsvērumu dēļ efektīvāk sasniegtu kampaņas mērķi un mērķauditoriju otrā kampaņas īstenošanas posmā, neīstenotā aktivitātes apjoma daļa, Pasūtītājam un Izpildītājam par to savstarpēji vienojoties, var tikt īstenota nepieciešamajā kampaņas īstenošanas posmā. Precizējumu veikšanas rezultātā, līgumcena paliek nemainīga. Precizējumu veikšana tiek saskaņota elektroniski un par to netiek sastādīti līguma grozījumi.
 |
| Atskaitīšanās kārtība | * Pēc kampaņas abu posmu īstenošanas pilnā apjomā Pasūtītājs organizē kampaņas izvērtējuma tikšanos klātienē, piedaloties Pasūtītājam un Pretendentam. Tajā Pretendents uzstājas ar prezentāciju, iepazīstinot ar visas kampaņas rezultātiem, kas tiek klātienē pārrunāti.
* Pēc izvērtējuma tikšanās Pretendents 10 (desmit) darba dienu laikā sagatavo detalizētu atskaiti par kampaņas norisi un realizētajām aktivitātēm.
* *Kampaņas koncepcija*. Kampaņas stratēģisko mērķu sasniegšanas vērtējums (veiksmju un neveiksmju, to cēloņu analīze);
* *Kampaņas taktika*. Visas īstenotās aktivitātes un to sasniegtie kvantitatīvie un kvalitatīvie rezultāti atbilstošo tehniskajā piedāvājumā plānotajam, ietverot ilustrācijas, fotoattēlus, datus, u.c.
* *Kampaņas publicitāte*. Kampaņas sabiedrisko attiecību sasniegtie rādītāji, tajā skaitā:
* Preses relīžu uzskaite un rezonanse;
* Kopējās publicitātes uzskaite un to kvantitatīvā analīze;
* Kopējās publicitātes kvalitatīvā analīze (kampaņas tematu publicitāte, vēstījumu publicitāte, publicitātes dinamika);
* Nozīmīgāko publikāciju klipings, kurās kampaņas tēma atspoguļota plašākā kontekstā, kā arī visu proaktīvo publicitātes aktivitāšu klipings (publikācijas, sižeti, raidījumi, u.c.);
* (!) Pasūtītājs nodrošinās Pretendentam pieeju savam mediju monitoringam e-pasta formātā ar konkrētās dienas publikācijām (bez detalizētākas analīzes), taču kampaņas publicitātes uzskaite Pretendentam jāveic pašam.
* *Secinājumi un ieteikumi*. Pretendenta secinājumi un ieteikumi nākamo kampaņu organizēšanā.
* Atskaite jāiesniedz drukātā un elektroniskā formātā.
 |
| Kampaņas nodevumi | Pēc saistību izpildes Pretendents nodod datu nesējā vai saglabā uz Pasūtītāja FTP servera visu kampaņas laikā izstrādāto materiālu gala versijas un rediģējamus izejas failus (piemēram, eps paplašinājuma failus ar maketiem utt.) |

7. pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA**

***Iepirkuma priekšmeta 2.daļā***

***“Jauniešu garantijas* reklāmas mini kampaņas izstrāde un īstenošana jauniešu informēšanai un piesaistei 2017./2018. mācību gadā”**

**I Vispārīga informācija par iepirkuma priekšmetu**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Apraksts** |
| **1. Kampaņa** | Reklāmas mini kampaņa jauniešu informēšanai un piesaistei dalībai VIAA projektā *Jauniešu garantija* 2017./2018. mācību gadā |
| **2. Kampaņas veids** | Informatīva reklāmas mini kampaņa, kas ietver šādus reklāmas risinājumus:* reklāma *Google*;
* mērķētā (*targeted*) reklāma interneta vietnēs;
* audio reklāma radio un straumēšanas vietnē;
* reklāma sociālajos medijos;
* informatīvo materiālu koriģēšana un ražošana.
 |
| **3. Kampaņas mērogs** | Visa Latvija |
| **4. Kampaņas norises laiks** | 2017.gada jūlijs - augusts. Provizoriski - 31. jūlijs - 27. augusts (var mainīties).  |
| **5. Kampaņas budžets** | Ne vairāk kā **8 904,00 bez PVN** |
| **6. Kampaņas pamatojums** | * Visā Eiropā būtiska problēma ir jauniešu bezdarbs, kuru veicina pieredzes trūkums un darba tirgum nepietiekams izglītības līmenis.
* Eiropas Savienība (ES) no 2014. līdz 2020. gadam īsteno dažādas iniciatīvas jauno cilvēku atbalstam, un viena no tām ir *Jauniešu garantija* (turpmāk – JG), kas piedāvā atbalsta aktivitātes sekmīgākai integrācijai darba tirgū.
* Šīs iepirkuma daļas priekšmets ir tikai VIAA atbildībā esošo JG pasākumu reklāmas mini kampaņa.
 |
| **7. Kampaņas mērķauditorija** | * Primārā mērķauditorija: jaunieši vecumā no 17 līdz 29 gadiem, kuri ieguvuši pamata, vidējo vai vidējo profesionālo izglītību pēc 9. vai 12. klases, tajā skaitā var būt bezdarbnieki, kas saņem bezdarbnieka pabalstu, bet nevar būt strādājoši un pašnodarbināti, kā arī atrasties apmaksātā bērnu kopšanas atvaļinājumā. Jaunieši, kuri dažādu iemeslu dēļ nav ieguvuši izglītību, pametuši līdzšinējās tālākizglītības mācības vai studijas, iespējams, zaudējuši darbu nepietiekamās izglītības vai prasmju dēļ. Arī tādi jaunieši, kas nav iestājušies citās izglītības iestādēs, atgriezušies no prombūtnes ārvalstīs vai citu iemeslu dēļ “izkrituši” no Latvijas izglītības sistēmas vai darba tirgus (t.s. “*drop-outs*”). Sīkāka informācija par mērķauditoriju [šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_uznemsanas_noteikumi/).
* Sekundārā mērķauditorija: jauniešu vecāki, vecvecāki un citi radinieki, pedagogi, jaunatnes lietu speciālisti, karjeras konsultanti, sociālie darbinieki, profesionālās izglītības iestādes.
 |
| **8. Kampaņas mērķi** | * Informēt primāro un sekundāro mērķauditoriju par JG mācību būtību, pieejamo atbalstu, priekšrocībām un pieteikšanās kārtību[[29]](#footnote-29), veicinot vasaras uzņemšanas mērķu sasniegšanu (skat. punktu Nr. 9).
* Nodrošināt līdzvērtīgu vai lielāku apmeklējuma pieaugumu VIAA mājaslapas sadaļai par *Jauniešu garantiju* ([viaa.gov.lv/jauniesugarantija](file:///%5C%5C192.168.200.100%5Cshares%24%5CPR%5C2017_gads%5C2017.gada_projekti%5CJaunie%C5%A1u%20garantija%5CIepirkums%5Cviaa.gov.lv%5Cjauniesugarantija)) salīdzinājumā ar tādu pašu periodu iepriekš 2016.gadā augustā.
 |
| **9. Statistika un kampaņas konteksts** | * *Jauniešu garantijas* mācības notiek kopš 2014. gada 1. septembra, tās noslēgsies 2018. gada jūlijā.
* Kopumā vasaras uzņemšana notiek no jūnija līdz 31. augustam, taču kampaņa katru gadu norisinās augustā. Šī būs jau trešā JG kampaņa.
* Līdz šim jau 4082 audzēkņi ieguvuši profesionālo kvalifikāciju, bet 3061 audzēkņi mācības pašlaik turpina (01.04.2017).
* 2017. gada vasarā būs pēdējā JG uzņemšana. Līdzšinējo uzņemšanu statistika, t.sk. jauniešu skaits, vecums, iepriekšējā izglītība, populārākās profesijas, pieejama VIAA mājaslapā [šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_uznemsanas_rezult/).
* 2017. gada vasarā jaunieši varēs pieteikties mācībām tikai 1 gadu ilgajās profesionālās izglītības programmās – kopā 35 profesijās. Šajā uzņemšanā plānoto vietu skaits ir 1696, bet visas vietas parasti netiek piepildītas. Faktiski uzņemto skaitu iepriekšējās vasarās skatīt VIAA mājaslapā [šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_uznemsanas_rezult/).
 |
| **10. Vizuālā identitāte** | * Projektam ir sava vizuālā identitāte. 2016. gada kampaņā ir izstrādāta VIAA *Jauniešu garantijas* vizuālā identitāte, tajā skaitā kampaņas galvenais vadmotīvs “Tavas dzīves plāns mācībām ar *Jauniešu garantiju*”, kuru plānots saglabāt arī 2017. gadā. Ar vizuālās identitātes lietojumu var iepazīties VIAA mājaslapā [JG sadaļā šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_uznemsana/).
* Obligāta atsauce uz finansējumu. Izstrādājot jebkuru JG kampaņas materiālu, tajā jāiekļauj atsauce uz ES finansējumu. Drukātajos un virtuālajos materiālos jāievieto pilns logotipu ansamblis krāsainā formātā. Tikai izņēmuma gadījumos pieļaujama ES emblēmas izvietošana (ES karogs un uzraksts “Eiropas Savienība”). ES fondu publicitātes vadlīnijas [šeit](http://www.esfondi.lv/upload/00-vadlinijas/vadlinijas_2016/es_fondu_publicitates_vadlinijas_30122016.pdf), savukārt ES fondu logotipu ansambli var iepazīties [šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_viz_identitate/).
 |
| **11. Kampaņas vēstījumi** | Līguma izpildes laikā, Pasūtītāja līdz šim izmantotie *Jauniešu garantijas* kampaņas vēstījumi, nepieciešamības gadījumā (piemēram, reklāmas efektivitātes nolūkos), saskaņojot ar Pasūtītāju, var tikt precizēti vai koriģēti:* Vadmotīvs: “Tavas dzīves plāns mācībām ar *Jauniešu garantiju*”
* 3 papildinošie vēstījumi īsajā vai garajā versijā (iekavās):
	+ Piesakies mācībām (profesionālās mācību iestādēs visā Latvijā);
	+ Apgūsti profesiju (1 gada laikā):
	+ Dodies praksē (15 nedēļas pie darba devēja).
* Papildus akcentējamie vēstījumi:
	+ Mācības bez maksas jauniešiem no 17 līdz 29 gadiem;
	+ Stipendija 70 – 115 eiro mēnesī;
	+ Izvēlies kādu no 35 darba tirgū pieprasītām profesijām 27 profesionālās izglītības iestādēs visā Latvijā.
 |
| **12. Kampaņas izaicinājumi** | * Izmaiņas mērķauditorijā. VIAA *Jauniešu garantijas* mācībām iepriekš varēja pieteikties gan strādājoši, gan nestrādājoši jaunieši, taču noslēdzošajā uzņemšanā 2017. gada vasarā varēs pieteikties tikai nestrādājoši jaunieši.
* Grūti aizsniedzama mērķauditorija. Nestrādājošā mērķauditorija ir pazīstama kā NEET jaunieši (*not in employment, education or training*) jeb jaunieši, kas nav iesaistīti „ne nodarbinātībā, ne izglītībā, ne mācībās”[[30]](#footnote-30), kuras sasniegšana ir izaicinājums visā Eiropas Savienībā.
* Pēdējā iespēja ar JG atbalstu iegūt profesionālo kvalifikāciju. 2017. gada vasaras kampaņa ir pēdējā JG uzņemšana, tāpēc svarīgi aizsniegt pēc iespējas lielāku skaitu prioritārās mērķauditorijas jauniešu, lai viņi izmantotu JG atbalstu un uzlabotu savu profesionālās karjeras situāciju.
 |

**II Detalizēts darba uzdevums**

Izmantojot līdz šim *Jauniešu garantijas* kampaņās izmantotus reklāmas risinājumus, kā arī jaunas reklāmas iespējas, piedāvāt reklāmas mini kampaņu, tās ražošanu un izvietojumu medijos 2017.gada jūlijā - augustā.

Piedāvātos reklāmas risinājumus nepieciešams ieplānot un īstenot, ņemot vērā turpmāk norādīto struktūru un ievērot Pasūtītāja stratēģiskos nosacījumus (tabulas 2. kolonna).

|  |  |
| --- | --- |
| **Reklāmas risinājums** | **Pasūtītāja tehniskie nosacījumi (specifikācija)** |
| **1. Reklāma *Google* tīklā** | * 1. ***Google Search AdWords****.* Reklāmas satura izveide, saskaņošana ar pasūtītāju un izvietojums *Google* meklētāja galvenajā izvēlnē.
	+ Periods: vismaz 3 kalendārās nedēļas (21 kalendārās dienas)
	+ Parādīšanās reizes (ekspozīcijas): 15 000
	+ Rezultāts: 1000 klikšķi

***1.2. Google Display Network (GDN)***. Rotējošo reklāmas baneru izveide (vismaz 6 dažādas teksta reklāmas), saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums GDN tīklā. * + Periods: vismaz 3 kalendārās nedēļas (21 kalendārās dienas)
	+ Parādīšanās reizes (ekspozīcijas): 180 000
	+ Rezultāts: 1000 klikšķi
 |
| **2. Mērķētā reklāma interneta vietnēs** | * 1. ***Uzlecošie (pop-up) baneri interneta vietnēs (Rich media).*** Uzlecošo baneru maketa izveide, saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums interneta portālos un vietnēs, kurus saskaņā ar interneta lietošanas paradumiem (1) apmeklē kampaņas primārā mērķauditorija un (2) kurai saskaņā ar meklēšanas paradumiem un citiem rādītājiem varētu būt saistošas piedāvātās mācības, izmantojot tiešsaistes mērķēšanas pakalpojumu (*online* *behavioral targeting)*.
* Periods:vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas);
* Izmērs: 400 x 300 pikseļi vai līdzvērtīgs;
* Parādīšanās reizes (ekspozīcijas): 100 000;
* Klikšķu skaits (prognozējamais): [*norāda Pretendents]*;
* Baneru izvietošanas tīkls vai interneta vietnes: *[norāda Pretendents]*
 |
| **3. Audio reklāma** | * 1. ***Reklāma European Hit Radio***. Reklāmas teksta izveide, fona mūzikas un balss atlase, saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas ieraksta nodrošināšana, saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums *European Hit Radio* ēterā, uzrunājot kampaņas primāro mērķauditoriju:
* Periods: vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas);
* Atskaņošanas biežums: 5 reizes dienā vai kopā ne mazāk kā 70 atskaņošanas reizes;
* Reklāmas klipa ilgums:30 sekundes.
	1. ***Reklāma straumēšanas tīklā Spotify***. Reklāmas teksta izveide, fona mūzikas un balss atlase, saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas ieraksta nodrošināšana un saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas izvietojums *Spotify* straumēšanas bezmaksas versijā, uzrunājot kampaņas primāro mērķauditoriju:
* Periods: vismaz 3 kalendārās nedēļas (21 kalendārās dienas);
* Atskaņošanas biežums: 7 reizes dienā vai kopā ne mazāk kā 147 atskaņošanas reizes
* Reklāmas klipa ilgums: 30 sekundes
	1. ***Reklāma Latvijas Radio 1*.** Reklāmas teksta izveide, fona mūzikas un balss atlase, saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas ieraksta nodrošināšana un saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums *Latvijas Radio 1* ēterā, uzrunājot kampaņas sekundāro mērķauditoriju – jauniešu vecākus, vecvecākus, radiniekus, pedagogus un tml. (atšķirīgs ieraksts, vēstījumi un uzruna nekā 3.1. un 3.2. pozīcijās):
* Periods: vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas)
* Atskaņošanas biežums: 5 reizes dienā vai kopā ne mazāk kā 70 atskaņošanas reizes)
* Reklāmas klipa ilgums:30 sekundes
 |
| **4. Reklāma sociālajos medijos** | * 1. ***Sponsorēti ieraksti Facebook*.** Apmaksātu ierakstu (*sponsored post*) nodrošināšana sociālā tīkla *Facebook* sienā (*Timeline*), nodrošinot ieraksta izveidi – maketu vai attēlu kopā ar vēstījumu, tā saskaņošanu ar Pasūtītāju un ievietošanu un apmaksu sociālā tīkla datora (*Desktop*) un mobilajās (*mobile*) versijās iepriekš atlasītai kampaņas primārajai mērķauditorijai *Facebook*:
* Apmaksātu ierakstu skaits: 2 apmaksāti ieraksti;
* Provizoriskās ierakstu tēmas, kuras, uzsākot kampaņu, var tikt precizētas:
* pieteikšanās vasaras uzņemšanai ar galvenajiem vēstījumiem (profesiju skaits, pieteikšanās termiņš, vecums, priekšrocības, u.c.);
* JG absolventa pieredzes stāsts vai stāstu kolāža. Iepriekšējo pieredzes stāstu paraugi [šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_pieredze/). Informācijai: piemērotāko pieredzes stāstu izvēlas Pasūtītājs kopā ar Pretendentu. Ja tas ir jauns stāsts, to sagatavo un VIAA mājaslapā publicē Pasūtītājs. Pretendents nodrošina stāsta ieraksta izveidi un publicēšanu *Facebook*;
* Periods: vismaz 14 kalendārās dienas katram ierakstam;
* Auditorija: 50 000 lietotāju primārās mērķauditorijas segmentā katram ierakstam

***4.2. Info loga baneris Draugiem.lv***. Info loga banera dizaina un maketa izveide, saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietošana portāla datora (*Desktop*) un mobilajās (*mobile*) versijās, uzrunājot primāro mērķauditoriju īpaši Latvijas reģionos. * Banera izmērs: 1000x400px, jpg;
* Periods: vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas);
* Auditorija: 30 000 lietotāju primārās mērķauditorijas segmentā
 |
| **5. Informatīvie materiāli**  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Materiāls** | **Apraksts** | **Skaits tipogrāfiskai drukai** |
| 5.1. Skrejlapa | 1 dizains esošās vizuālās identitātes ietvaros un labojumi profesijās, mācību ilgumā un uzņemšanas termiņos. Skrejlapas paraugs pieejams VIAA mājaslapā [šeit.](http://viaa.gov.lv/library/files/original/JG_skrejlapa_ziemas_uznemsana_1_gada_profesijas_majaslapai.pdf) 3 dažādi maketi: * 1 makets digitālajai videi izvietošanai mājaslapā un sociālajos tīklos (JPG un PDF);
* 1 makets izdrukai un pavairošanai uz biroja printera – 2 skrejlapas uz 1 A4 lapas no abām pusēm (PDF un JPG);
* 1 tipogrāfiskās drukas makets un druka - izmērs: A6, papīrs: 170 g/m2 *Maxi Gloss*, pilnkrāsu apdruka 4+4 un Pantone “Silver”.
 | 5 000 gab. |
| 5.2. Plakāts | 1 dizains esošās vizuālās identitātes ietvaros un labojumi profesijās, mācību ilgumā un uzņemšanas termiņos. Plakāta paraugs pieejams VIAA mājaslapā [šeit](http://viaa.gov.lv/library/files/original/JG_plakats_vasaras_uznemsana_2016.pdf). 2 dažādi maketi: * A3 izmēra un kvalitātes makets izdrukai uz biroja printera, JPG un PDF formātā;
* A4 izmēra makets izvietošanai digitālā vidē (mājaslapā un sociālajos medijos), kā arī izdrukai uz biroja printera, JPG un PDF formātā.
 | Tipogrāfiskā druka nav nepieciešama |

 |

**III Detalizētā darba uzdevuma pielikums – provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pielikums** |  **Apraksts** |
| **Provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns** | * Tehniskajam piedāvājumam jāpievieno provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns, kas Pasūtītāja izpratnē ir plāns kalendāra formātā, kas ietver kampaņas aktivitātes nosaukumu un kalendāro nedēļu vai provizoriskos datumus, kad tās plānotas. Lūgums ņemt vērā, ka provizoriskais kampaņas aktivitāšu laika plāns Pasūtītāja izpratnē nav kampaņas reklāmas izvietojuma plāns medijos, bet gan visu paredzamo darbu plāns, t.sk. reklāmas aktivitāšu sagatavošanas, saskaņošanas un ražošanas aktivitātes. Mediju izvietojuma plānu var iekļaut kopējā provizoriskajā kampaņas aktivitāšu laika plānā vai pievienot kā atsevišķu plānu.
* Provizoriskajā kampaņas aktivitāšu 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. Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu koriģēt un aktualizēt provizorisko kampaņas aktivitāšu laika plānu atbilstoši faktiskajai situācijai, uzsākot kampaņu un tās laikā pēc nepieciešamības.
 |

**IV Provizorisko kampaņas aktivitāšu laika plānu un finanšu piedāvājumu ietekmējošie praktiskie aspekti**

|  |  |
| --- | --- |
| **Aspekts** | **Skaidrojums** |
| **Kampaņas koordinēšana** | Kampaņas norises koordinācija ir Pretendenta tiešā atbildībā, būtiskākos punktus saskaņojot ar Pasūtītāju. |
| **Līguma izpildes laiks** | Līguma izpildes kopējais laiks ir no līguma noslēgšanas brīža (provizoriski - 2017. gada jūnijs) līdz saistību izpildei, norādītajā termiņā ietverot arī kampaņas sagatavošanu un atskaites sagatavošanu. |
| **Atskaitīšanās kārtība** | * Pēc reklāmas mini kampaņas īstenošanas Pretendents 10 (desmit) darba dienu laikā sagatavo atskaiti par kampaņas norisi un realizētajām reklāmas aktivitātēm, kas ietver piemēram, uzlecošo reklāmas baneru ekrānšāviņus un *Google* reklāmu ekrānšāviņus, sociālo tīklu reklāmu ekrānšāviņus un atskaites par to rezultātiem, citas ilustrācijas un atskaites no *Google* sistēmām, radio stacijām u.c. piegādātājiem ar apliecinājumiem par realizētajām aktivitātēm.
* Atskaite jāiesniedz drukātā un elektroniskā formātā.
 |
| **Norēķināšanās kārtība** | * Līgums ar Pretendentu neparedz priekšapmaksu.
* **Par reklāmas mini kampaņas īstenošanas darbiem tiek veikta 100% pēcapmaksa.**
* Lai saņemtu samaksu par izstrādāto un īstenoto reklāmas mini kampaņu, Pretendents sagatavo un iesniedz kampaņas atskaiti, kurā ir apliecinājumi visu reklāmas aktivitāšu īstenošanai (piemēram, uzlecošo reklāmas baneru ekrānšāviņi un *Google* reklāmu ekrānšāviņi, sociālo tīklu reklāmu ekrānšāviņi un atskaites par to rezultātiem, citas ilustrācijas un atskaites no *Google* sistēmām, radio stacijām u.tml.). Pēc pakalpojuma izpildi apliecinošo dokumentu pārbaudes par reklāmas mini kampaņas īstenošanas darbiem Pasūtītājs un Pretendents paraksta pieņemšanas - nodošanas aktu.
 |
| **Kampaņas nodevumi** | Pēc saistību izpildes Pretendents nodod datu nesējā vai saglabā uz Pasūtītāja FTP servera visu kampaņas laikā izstrādāto materiālu gala versijas un rediģējamus izejas failus (piemēram, EPS paplašinājuma failus ar maketiem). |

8. pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**FINANŠU PIEDĀVĀJUMS**

**Iepirkuma priekšmeta 1.daļā**

**„Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana”**

|  |  |
| --- | --- |
| Pozīcija  | Cena EUR bez PVN\* |
| **Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana** |  |

*\*Finanšu piedāvājumā norādītajā cenā tiek ietverti visi nodokļi (izņemot PVN) un nodevas, tajā 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.*

*Pretendenta piedāvātā maksimālā līguma cena iepirkuma priekšmeta 1.daļā – nepārsniedz 41 322.31 EUR (četrdesmit viens tūkstotis trīs simti divdesmit divi euro un trīsdesmit viens cents) bez PVN.*

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas

vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9. pielikums
atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

Nolikumam

**TEHNISKAIS UN FINANŠU PIEDĀVĀJUMS**

**Iepirkuma priekšmeta 2.daļā**

**„*Jauniešu garantijas* reklāmas mini kampaņas izstrāde un īstenošana jauniešu informēšanai un piesaistei 2017./2018. mācību gadā”**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Reklāmas risinājums** | **Pasūtītāja tehniskie nosacījumi (specifikācija)** | **Cena EUR bez PVN\*** |
| **1. Reklāma *Google* tīklā** | * 1. ***Google Search AdWords****.* Reklāmas satura izveide, saskaņošana ar pasūtītāju un izvietojums *Google* meklētāja galvenajā izvēlnē.
	+ Periods: vismaz 3 kalendārās nedēļas (21 kalendārās dienas)
	+ Parādīšanās reizes (ekspozīcijas): 15 000
	+ Rezultāts: 1000 klikšķi

***1.2. Google Display Network (GDN)***. Rotējošo reklāmas baneru izveide (vismaz 6 dažādas teksta reklāmas), saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums GDN tīklā. * + Periods: vismaz 3 kalendārās nedēļas (21 kalendārās dienas)
	+ Parādīšanās reizes (ekspozīcijas): 180 000
	+ Rezultāts: 1000 klikšķi
 |  |
| **2. Mērķētā reklāma interneta vietnēs** | * 1. ***Uzlecošie (pop-up) baneri interneta vietnēs (Rich media).*** Uzlecošo baneru maketa izveide, saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums interneta portālos un vietnēs, kurus saskaņā ar interneta lietošanas paradumiem (1) apmeklē kampaņas primārā mērķauditorija un (2) kurai saskaņā ar meklēšanas paradumiem un citiem rādītājiem varētu būt saistošas piedāvātās mācības, izmantojot tiešsaistes mērķēšanas pakalpojumu (*online* *behavioral targeting)*.
* Periods:vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas);
* Izmērs: 400 x 300 pikseļi vai līdzvērtīgs;
* Parādīšanās reizes (ekspozīcijas): 100 000;
* Klikšķu skaits (prognozējamais): [*norāda Pretendents]*;
* Baneru izvietošanas tīkls vai interneta vietnes: [*norāda Pretendents]*
 |
| **3. Audio reklāma** | * 1. ***Reklāma European Hit Radio***. Reklāmas teksta izveide, fona mūzikas un balss atlase, saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas ieraksta nodrošināšana, saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums *European Hit Radio* ēterā, uzrunājot kampaņas primāro mērķauditoriju:
* Periods: vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas);
* Atskaņošanas biežums: 5 reizes dienā vai kopā ne mazāk kā 70 atskaņošanas reizes;
* Reklāmas klipa ilgums:30 sekundes.
	1. ***Reklāma straumēšanas tīklā Spotify***. Reklāmas teksta izveide, fona mūzikas un balss atlase, saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas ieraksta nodrošināšana un saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas izvietojums *Spotify* straumēšanas bezmaksas versijā, uzrunājot kampaņas primāro mērķauditoriju:
* Periods: vismaz 3 kalendārās nedēļas (21 kalendārās dienas);
* Atskaņošanas biežums: 7 reizes dienā vai kopā ne mazāk kā 147 atskaņošanas reizes
* Reklāmas klipa ilgums: 30 sekundes
	1. ***Reklāma Latvijas Radio 1*.** Reklāmas teksta izveide, fona mūzikas un balss atlase, saskaņošana ar Pasūtītāju, audio reklāmas ieraksta nodrošināšana un saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietojums *Latvijas Radio 1* ēterā, uzrunājot kampaņas sekundāro mērķauditoriju – jauniešu vecākus, vecvecākus, radiniekus, pedagogus un tml. (atšķirīgs ieraksts, vēstījumi un uzruna nekā 3.1. un 3.2. pozīcijās):
* Periods: vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas)
* Atskaņošanas biežums: 5 reizes dienā vai kopā ne mazāk kā 70 atskaņošanas reizes)
* Reklāmas klipa ilgums:30 sekundes
 |  |
| **4. Reklāma sociālajos medijos** | * 1. ***Sponsorēti ieraksti Facebook*.** Apmaksātu ierakstu (*sponsored post*) nodrošināšana sociālā tīkla *Facebook* sienā (*Timeline*), nodrošinot ieraksta izveidi – maketu vai attēlu kopā ar vēstījumu, tā saskaņošanu ar Pasūtītāju un ievietošanu un apmaksu sociālā tīkla datora (*Desktop*) un mobilajās (*mobile*) versijās iepriekš atlasītai kampaņas primārajai mērķauditorijai *Facebook*:
* Apmaksātu ierakstu skaits: 2 apmaksāti ieraksti;
* Provizoriskās ierakstu tēmas, kuras, uzsākot kampaņu, var tikt precizētas:
* pieteikšanās vasaras uzņemšanai ar galvenajiem vēstījumiem (profesiju skaits, pieteikšanās termiņš, vecums, priekšrocības, u.c.);
* JG absolventa pieredzes stāsts vai stāstu kolāža. Iepriekšējo pieredzes stāstu paraugi [šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_pieredze/). Informācijai: piemērotāko pieredzes stāstu izvēlas Pasūtītājs kopā ar Pretendentu. Ja tas ir jauns stāsts, to sagatavo un VIAA mājaslapā publicē Pasūtītājs. Pretendents nodrošina stāsta ieraksta izveidi un publicēšanu *Facebook*;
* Periods: vismaz 14 kalendārās dienas katram ierakstam;
* Auditorija: 50 000 lietotāju primārās mērķauditorijas segmentā katram ierakstam
	1. ***Info loga baneris Draugiem.lv.*** Info loga banera dizaina un maketa izveide, saskaņošana ar Pasūtītāju un izvietošana portāla datora (*Desktop*) un mobilajās (*mobile*) versijās, uzrunājot primāro mērķauditoriju Latvijas reģionos.
* Banera izmērs: 1000x400px, jpg;
* Periods: vismaz 2 kalendārās nedēļas (14 kalendārās dienas);
* Auditorija: 30 000 lietotāju primārās mērķauditorijas segmentā
 |  |
| **5. Informatīvie materiāli**  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Materiāls | Apraksts | Druka |
| 5.1. Skrejlapa | 1 dizains esošās vizuālās identitātes ietvaros un labojumi profesijās, mācību ilgumā un uzņemšanas termiņos. Skrejlapas paraugs VIAA mājaslapā pieejams [šeit.](http://viaa.gov.lv/library/files/original/JG_skrejlapa_ziemas_uznemsana_1_gada_profesijas_majaslapai.pdf)3 dažādi maketi: * 1 makets digitālajai videi izvietošanai mājaslapā un sociālajos tīklos (JPG un PDF);
* 1 makets izdrukai un pavairošanai uz biroja printera – 2 skrejlapas uz 1 A4 lapas no abām pusēm (PDF un JPG);
* 1 tipogrāfiskās drukas makets un druka - izmērs: A6, papīrs: 170 g/m2 Maxi Gloss, pilnkrāsu apdruka 4+4 un Pantone “Silver”.
 | Skaits tipo-grāfiskai drukai -5 000 gab. |
| 5.2. Plakāts | 1 dizains esošās vizuālās identitātes ietvaros un labojumi profesijās, mācību ilgumā un uzņemšanas termiņos. Plakāta paraugs VIAA mājaslapā pieejams [šeit](http://viaa.gov.lv/library/files/original/JG_plakats_vasaras_uznemsana_2016.pdf).2 dažādi maketi: * A3 izmēra un kvalitātes makets izdrukai uz biroja printera, JPG un PDF formātā;
* A4 izmēra makets izvietošanai digitālā vidē (mājaslapā un sociālajos medijos), kā arī izdrukai uz biroja printera, JPG un PDF formātā.
 | Tipo-grāfiskā druka nav nepie-ciešama |

 |  |

*\*Finanšu piedāvājumā norādītajā cenā tiek ietverti visi nodokļi (izņemot PVN) un nodevas, tajā 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.*

*Pretendenta piedāvātā maksimālā līguma cena iepirkuma priekšmeta 2.daļā – nepārsniedz 8 904.00 EUR (astoņi tūkstoši deviņi simti četri euro un 00 centi) bez PVN.*

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas

vārds, uzvārds, amats, paraksts\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Datums\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10. pielikums

atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

nolikumam

**Tehniskās piedāvājuma vērtēšanas metodoloģija iepirkuma priekšmeta 1.daļā**

Iepirkuma priekšmeta 1.daļā pretendenta piedāvājuma kvalitāte - Tehniskais piedāvājums tiek vērtēts saskaņā ar zemāk esošo vērtēšanas metodoloģiju.

|  |
| --- |
| **K2. Piedāvājuma kvalitāte (tehniskais piedāvājums)** **Kopā iegūstamais punktu skaits - 80** |
| **Vērtējuma kritērijs un punkti** | **Vērtējuma kritērija aspekti un vērtējuma atšifrējums**  |
| **K2.1.****Kampaņas koncepcija (maksimālais punktu skaits – 40)** | Galvenā ideja ir saprotama un konceptuāli pamatota, tā ietver stratēģiski pamatotu un radošu un/vai inovatīvu un/vai netradicionālu un/vai efektīvu risinājumu. Galvenā ideja palīdzēs sasniegt kampaņas mērķus un mērķauditoriju.Sauklis un/vai devīze un/vai tēmturis un vēstījumi. Pretendents saprotami un konceptuāli aprakstījis un pamatojis galveno vēstījumu: saukli un/vai devīzi, un/vai tēmturi, kā arī papildinošos vēstījumus. Sauklis, devīze vai tēmturis, kā arī vēstījumi ir precīzi, trāpīgi, oriģināli, saistoši vai interesanti, kā arī palīdzēs sasniegt kampaņas mērķus un uzrunāt mērķauditoriju. Vizuālie elementi. Pretendents ir skaidri vizualizējis un/vai aprakstījis kampaņas vizuālo noformējumu (galvenos vizuālos elementus). Galvenie vizuālie elementi ir radoši, oriģināli, interesanti vai inovatīvi, tie palīdzēs sasniegt kampaņas mērķus un uzrunās mērķauditoriju. Piedāvātie vizuālie elementi var tikt veiksmīgi integrēti ar VIAA vizuālo identitāti un ES fondu publicitātes prasībām. Koncepcijas integrācija. Visi koncepcijas elementi ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu veiksmīgi un efektīvi papildina.**Punktu gradācija:** * Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 40 punkti;
* Kāds no kritērija aspektiem nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 30 punkti;
* 2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 15 punkti;
* 3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 5 punkti;
* Visi kritērija aspekti ir vāji izpildīti vai nav ņemti vērā – 0 punkti.
 |
| **K2.2 Kampaņas taktika** |
| **Vērtējuma kritērijs un punkti** | **Vērtējuma kritērija aspekti un vērtējuma atšifrējums**  |
| **K.2.2.1. Kampaņas taktika** (sabiedriskās attiecības, digitālā komunikācija, sociālo mediju komunikācija un informatīvie materiāli) - **maksimālais punktu skaits – 30** | Sabiedriskās attiecības. Konceptuāli aprakstītas un pamatotas sabiedriskās attiecības nacionālajā un reģionālajā līmenī. Tās ir precīzi vērstas uz kampaņas mērķauditoriju un mērķiem. Digitālā komunikācija. Ir konceptuāli aprakstītas, ilustrētas un pamatotas digitālās komunikācijas aktivitātes. Tās precīzi vērstas uz kampaņas mērķauditoriju un mērķiem.Sociālo mediju komunikācija. Konceptuāli aprakstītas, ilustrētas un pamatotas sociālo mediju aktivitātes. Tās ir radošas, interesantas un jēgpilnas – gan informatīvas, gan uzrunā iesaistīties, aicina auditoriju uz rīcību. Tās ir precīzi vērstas uz kampaņas mērķauditoriju un mērķiem. Informatīvie materiāli. Konceptuāli pamatoti un aprakstīti informatīvie materiāli, kas atbilst kampaņas mērķauditorijai un mērķiem.Taktikas integrācija. Taktikas elementi ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu veiksmīgi un efektīvi papildina, kā arī saskan ar kampaņas piedāvāto koncepciju – galveno ideju, vēstījumiem un vizuālo noformējumu.**Punktu gradācija:** * Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 30 punkti;
* Kāds no kritērija aspektiem nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 20 punkti;
* 2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 10 punkti;
* 3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 5 punkti;
* 4 vai vairāk kritērija aspekti nav izpildīti pārliecinoši vai nav ņemti vērā –0 punkti.
 |
| **Vērtējuma kritērijs un punkti** | **Vērtējuma kritērija aspekti un vērtējuma atšifrējums**  |
| **K.2.2.2. Kampaņas taktika** (reklāmas risinājumi) – **maksimālais punktu skaits - 10** | Prioritārie reklāmas risinājumi. Piedāvāti vismaz divi prioritārie reklāmas risinājumi, tos konceptuāli aprakstot, pamatojot un nepieciešamības gadījumā ilustrējot ar piemēriem. Alternatīvie reklāmas risinājumi. Piedāvāti vismaz divi alternatīvi reklāmas risinājumi, tos konceptuāli aprakstot, pamatojot un nepieciešamības gadījumā ilustrējot ar piemēriem, kas ir pārliecinoši un efektivitātes ziņā līdzvērtīgi prioritārajiem reklāmas risinājumiem. Reģionālais un vecuma grupu pārklājums. Piedāvātie reklāmas risinājumi – gan prioritārie, gan alternatīvie – ir efektīvi, tie ļaus uzrunāt primāro mērķauditoriju visā Latvijā, tai skaitā arī dažādās primārās mērķauditorijas prioritārās vecuma grupu auditorijas – nodarbinātos vecumā no 25 gadiem, nodarbinātos vecumā no 45, nodarbinātos vecumā no 50 gadiem. Integrācija kopējā taktikā. Reklāmas risinājumi integrējas kopējā kampaņas koncepcijā un taktikā, veiksmīgi un efektīvi papildina pārējos taktikas risinājumus. Reklāmas risinājumu izklāsts ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu.**Punktu gradācija:** * Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti;
* Kāds no kritērija aspektiem nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti;
* 2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 5 punkti;
* 3 vai vairāk kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 3 punkti;
* Visi kritērija aspekti ir vāji izpildīti vai nav ņemti vērā – 0 punkti.
 |

11. pielikums

atklāta konkursa
id Nr. VIAA 2017/39 ESF

nolikumam

***PROJEKTS***

# IEPIRKUMA Līgums Nr.\_\_\_\_\_\_\_\_

Rīgā, 2017.gada \_\_.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Valsts izglītības attīstības aģentūra** (turpmāk – Pasūtītājs), reģistrācijas Nr.90001800413, juridiskā adrese: Vaļņu iela 1, Rīgā, LV-1050, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **personā,** kura rīkojas saskaņā ar\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, no vienas puses, **un**

**<*Izpildītāja nosaukums*>**, reģistrācijas Nr. <*reģistrācijas numurs vai pers.kods*>, (turpmāk – Izpildītājs), juridiskā adrese: <*juridiskā vai deklarētā adrese*>, tā <*pilnvarotās personas amats, vārds, uzvārds*> personā, kura rīkojas saskaņā ar <*pilnvarojošā dokumenta nosaukums*>, no otras puses,

abi kopā saukti – Līdzēji, katrs atsevišķi arī – Līdzējs, pamatojoties uz atklāta konkursa “Komunikācijas kampaņu izstrāde un īstenošana”, identifikācijas numurs VIAA 2017/39 ESF (turpmāk – konkurss), rezultātiem un Izpildītāja piedāvājumu, noslēdz šādu līgumu (turpmāk – Līgums):

1. **LĪGUMA PRIEKŠMETS**
	1. Pasūtītājs pasūta un Izpildītājs apņemas nodrošināt **Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrādi un īstenošanu** *vai* **Jauniešu garantijas reklāmas mini kampaņas izstrādi un īstenošanu jauniešu informēšanai un piesaistei 2017./2018. mācību gadā** *[tiek norādīts iepirkuma līguma priekšmets atbilstoši tam, par kuru iepirkuma daļu tiek slēgts līgums]* saskaņā ar Līguma un tā pielikumu *[attiecīgo līguma pielikumu uzskaitījums]* noteikumiem (turpmāk – Pakalpojums). Iepriekš minētie Līguma pielikumi (turpmāk visi kopā saukti – Līguma pielikumi) ir Līguma neatņemama sastāvdaļa.
	2. Pieaugušo izglītības projekta integrētās komunikācijas kampaņas izstrāde un īstenošana tiek veikta Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 8.4.1.specifiskā atbalsta mērķa “Pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci” Eiropas Sociālā fonda projekta “Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide” (Vienošanās Nr. 8.4.1.0/16/I/001) īstenošanas ietvaros *[līguma punkts tiek norādīts, ja līgums tiek slēgts par iepirkuma priekšmeta 1.daļu];*
	3. Jauniešu garantijas reklāmas mini kampaņas izstrāde un īstenošana jauniešu informēšanai un piesaistei 2017./2018. mācību gadā tiek veikta Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 7.2.1. specifiskā atbalsta mērķa “Palielināt nodarbinātībā, izglītībā vai apmācībās neiesaistītu jauniešu nodarbinātību un izglītības ieguvi Jauniešu garantijas ietvaros” pasākuma “Sākotnējās profesionālās izglītības programmu īstenošana Jauniešu garantijas ietvaros” projekta (vienošanās Nr. 7.2.1.2./15/I/001) (turpmāk - Projekts). Projekts līdzfinansēts Jaunatnes Nodarbinātības iniciatīvas ietvaros. *[līguma punkts tiek norādīts, ja līgums tiek slēgts par iepirkuma priekšmeta 2.daļu]*
2. **LĪGUMA DARBĪBAS UN PAKALPOJUMU IZPILDES TERMIŅŠ**
	1. Līgums stājas spēkā \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (*tiek norādīts līguma parakstīšanas datums*) un ir spēkā līdz \_\_\_\_\_\_ *(tiek norādīts līguma izpildes beigu termiņš atbilstoši iepirkuma nolikuma 1.6.1.nolikumā noteiktajam līguma izpildes termiņam iepirkuma 1. vai 2.daļā)*.
	2. Izpildītājs apņemas nodrošināt Pakalpojuma sniegšanu laika periodā no Līguma spēkā stāšanās dienas līdz saistību pilnīgai izpildei saskaņā ar Līguma pielikumos noteiktajiem termiņiem un nosacījumiem.
	3. Līguma 2.1. punktā noteiktais Līguma izpildes termiņš var tikt pagarināts šādos gadījumos:
		1. Ja Līguma 2.1. 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. Ir pārtraukta vai kavēta Pasūtītāja īstenotā ārvalstu finanšu instrumenta finansētā projekta ieviešana, kura ietvaros noslēgts šis Līgums;
		3. Ir pārtraukta vai kavēta citas iestādes īstenota ārvalstu finanšu instrumenta finansēta projekta ieviešana, un tas ir saistīts ar Līguma izpildi.
		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.
	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.
	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**
	1. Pasūtītāja kontaktpersona: *vārds, uzvārds, e-pasts\_\_\_\_\_\_\_\_, tālr*.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
	2. Izpildītāja kontaktpersona: *vārds, uzvārds, e-pasts\_\_\_\_\_\_\_\_, tālr*.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
	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.
	4. Gadījumā, ja līguma izpildes laikā tiek nomainīts līdzēja kontaktpersona, par to rakstiski tiek informēta otra līdzēja kontaktpersona. Atsevišķi līguma grozījumi par to netiek veikti.
4. **LĪGUMA SUMMA un norēķinu kārtība** (*līguma punkts tiek norādīts, ja līgums tiek slēgts par iepirkuma priekšmeta 1.daļu]*
	1. Līguma kopējā summa par Pakalpojuma izpildi ir <summa> EUR (<*euro*> *euro* un <*centi*> centi) bez PVN. PVN likme tiek piemērota atbilstoši samaksas veikšanas dienā spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem.
	2. Līguma 4.1.apakšpunktā minētā Līguma summa ir fiksēta un nemainīga Līguma darbības laikā.
	3. Avansa maksājumi līguma darbības laikā netiek paredzēti.
	4. Samaksa par Pakalpojumu tiek veikta pa daļām, Līguma 4.5.punktā noteiktajā kārtībā.
	5. Samaksu par izpildīto Pakalpojumu pasūtītājs veic 3 posmos*:*
		1. 30% no 4.1.punktā noteiktās kopējas līguma summas jeb <summa> EUR (<*euro*> *euro* un <*centi*> centi) bez PVN par kampaņas 1.posma (*launch*) sagatavošanas darbiem, kas ir veikti, sagatavojot kampaņu saskaņā ar šī Līguma pielikumu Nr.\_\_ “Tehniskais piedāvājums” un Līguma pielikumu Nr.\_\_ “Tehniskā specifikācija”;
		2. 30% no 4.1.punktā noteiktās kopējas līguma summas jeb <summa> EUR (<*euro*> *euro* un <*centi*> centi) bez PVN par kampaņas 1.posma (*launch*) īstenošanas darbiem, kas ir veikta saskaņā ar šī Līguma pielikumu Nr.\_\_ “Tehniskais piedāvājums” un Līguma pielikumu Nr.\_\_ “Tehniskā specifikācija;
		3. 40% no 4.1.punktā noteiktās kopējas līguma summas jeb <summa> EUR (<*euro*> *euro* un <*centi*> centi) bez PVN par kampaņas 2.posma sagatavošanas un īstenošanas darbiem, kas ir veikta saskaņā ar šī Līguma pielikumu Nr.\_\_ “Tehniskais piedāvājums” un Līguma pielikumu Nr.\_\_ “Tehniskā specifikācija.
	6. Lai saņemtu 4.5.1.punktā noteikto maksājumu, Pretendents iesniedz kampaņas 1.posma sagatavošanas posmā paveikto darbu apliecinājumus dokumentu un/vai ilustratīvu apliecinājumu veidā. Pēc iesniegto pakalpojumu apliecinošo dokumentu saņemšanas un pārbaudes atbilstoši Līguma 4.11.punkta nosacījumiem, Pasūtītājs un Pretendents paraksta pieņemšanas nodošanas aktu.
	7. Lai saņemtu Līguma 4.5.2.punktā noteikto maksājumu, Pretendents iesniedz kampaņas 1.posma īstenošanā paveikto darbu apliecinājumus dokumentu un/vai ilustratīvus apliecinājumu veidā (ja tādi ir). Pēc pakalpojuma izpildes apliecinājumu saņemšanas un pārbaudes atbilstoši Līguma 4.11.punkta nosacījumiem, Pasūtītājs un Pretendents paraksta pieņemšanas nodošanas aktu.
	8. Pēc abu kampaņas posmu īstenošanas tiek organizēta izvērtējuma sanāksme. Lai saņemtu Līguma 4.5.3.punktā noteikto maksājumu, 10 (desmit) darba dienu laikā pēc kampaņas izvērtējuma sanāksmes norises, Pretendents iesniedz kampaņas atskaiti par 1.un 2.posma īstenošanu, saskaņā ar Līguma pielikuma Nr.\_\_ “Tehniskā specifikācija” noteikto atskaites saturu, pievienojot veikto darbu apliecinošos dokumentus un/vai ilustratīvos apliecinājumus. Pēc iesniegto pakalpojumu apliecinošo dokumentu saņemšanas un pārbaudes atbilstoši Līguma 4.11.punktā noteiktajai kārtībai, Pasūtītājs un Pretendents paraksta pieņemšanas-nodošanas aktu.
	9. Pasūtītājs 10 (desmit) darba dienu laikā pēc Līguma 4.6., 4.7. un 4.8. punktā norādīto Pakalpojuma sniegšanu apliecinošo dokumentu saņemšanas pārbauda iesniegtos dokumentus.
	10. Ja Pasūtītājs, pārbaudot Izpildītāja iesniegtos dokumentus, konstatē nepilnības Pakalpojuma kvalitātē, Izpildītāja pienākums ir 5 (piecu) darba dienu laikā novērst Pasūtītāja norādītos trūkumus un iesniegt precizētus Pakalpojuma sniegšanu apliecinošos dokumentus Pasūtītājam atkārtotai saskaņošanai.
	11. Ja Pasūtītājs, pārbaudot Izpildītāja iesniegtos dokumentus, konstatē to atbilstību iepirkuma Līguma prasībām, attiecīgā Pakalpojuma izpildes daļa tiek saskaņota un tiek parakstīts Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas akts.
	12. Pamatojoties uz abpusēji parakstītu Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas aktu, Izpildītājs iesniedz Pasūtītājam Pakalpojuma apmaksas dokumentu (rēķinu), ja to paredz Pakalpojuma sniedzēja darbību reglamentējošie normatīvie akti.
	13. Samaksu par izpildīto Pakalpojumu Pasūtītājs Izpildītājam pārskaita uz Izpildītāja kontu, kas norādīts Līguma rekvizītos, 10 (desmit) darba dienu laikā pēc Līguma 4.12.punktā minētā Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas akta abpusējas parakstīšanas un saskaņota rēķina (ja rēķina izsniegšanu paredz Izpildītāja darbību regulējošie normatīvie akti) saņemšanas saskaņā ar Līguma 4.12.punktu.
	14. Par samaksas dienu uzskatāms bankas atzīmes datums Pasūtītāja maksājuma uzdevumā.
	15. Pakalpojums tiek finansēts no Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 8.4.1.specifiskā atbalsta mērķa “Pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci” Eiropas Sociālā fonda projekta “Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide” (Vienošanās Nr. 8.4.1.0/16/I/001) finanšu līdzekļiem*.*

**4. LĪGUMA SUMMA un norēķinu kārtība** (*līguma punkts tiek norādīts, ja līgums tiek slēgts par iepirkuma priekšmeta 2.daļu]*

* 1. Līguma kopējā summa par Pakalpojuma izpildi ir <summa> EUR (<*euro*> *euro* un <*centi*> centi) bez PVN. PVN likme tiek piemērota atbilstoši samaksas veikšanas dienā spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem.
	2. Līguma 4.1.apakšpunktā minētā Līguma summa ir fiksēta un nemainīga Līguma darbības laikā.
	3. Avansa maksājumi līguma darbības laikā netiek paredzēti.
	4. Lai saņemtu 4.9. punktā noteikto maksājumu, Pretendents pēc Pakalpojuma veikšanas sagatavo un iesniedz Pasūtītājam kampaņas atskaiti, kurā ir apliecinājumi visu Tehniskajā specifikācijā (Līguma pielikums Nr.\_\_) norādīto reklāmas aktivitāšu īstenošanai.
	5. Pasūtītājs 10 (desmit) darba dienu laikā pēc Līguma 4.4.punktā norādīto Pakalpojuma sniegšanu apliecinošo dokumentu saņemšanas pārbauda iesniegtos dokumentus.
	6. Ja Pasūtītājs, pārbaudot Izpildītāja iesniegtos dokumentus, konstatē nepilnības Pakalpojuma kvalitātē, Izpildītāja pienākums ir 5 (piecu) darba dienu laikā novērst Pasūtītāja norādītos trūkumus un iesniegt precizētus Pakalpojuma sniegšanu apliecinošos dokumentus Pasūtītājam atkārtotai saskaņošanai.
	7. Ja Pasūtītājs, pārbaudot Izpildītāja iesniegtos dokumentus, konstatē to atbilstību Līguma prasībām, Pakalpojuma izpilde tiek saskaņota un tiek parakstīts Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas akts.
	8. Pamatojoties uz abpusēji parakstītu Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas aktu, Izpildītājs iesniedz Pasūtītājam Pakalpojuma apmaksas dokumentu (rēķinu), ja to paredz Izpildītāja darbību reglamentējošie normatīvie akti.
	9. Samaksu par izpildīto Pakalpojumu Pasūtītājs Izpildītājam pārskaita uz Izpildītāja kontu, kas norādīts Līguma rekvizītos, 10 (desmit) darba dienu laikā pēc Līguma 4.7.punktā minētā Pakalpojuma pieņemšanas – nodošanas akta abpusējas parakstīšanas un saskaņota rēķina (ja rēķina izsniegšanu paredz Izpildītāja darbību regulējošie normatīvie akti) saņemšanas saskaņā ar Līguma 4.8.punktu.
	10. Par samaksas dienu uzskatāms bankas atzīmes datums Pasūtītāja maksājuma uzdevumā.
	11. Pakalpojums tiek finansēts no Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 7.2.1. specifiskā atbalsta mērķa “Palielināt nodarbinātībā, izglītībā vai apmācībās neiesaistītu jauniešu nodarbinātību un izglītības ieguvi Jauniešu garantijas ietvaros” pasākuma “Sākotnējās profesionālās izglītības programmu īstenošana Jauniešu garantijas ietvaros” projekta “Sākotnējās profesionālās izglītības programmu īstenošana Jauniešu garantijas ietvaros” (vienošanās Nr. 7.2.1.2./15/I/001) finanšu līdzekļiem*.*
1. **PAKALPOJUMa SNIEGŠANAS UN PIEŅEMŠANAS KĀRTĪBA**
	1. Līdzēji apņemas sniegt viens otram informāciju, kas nepieciešama Pakalpojuma savlaicīgai un kvalitatīvai izpildei.
	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.
	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.
	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. 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.
	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.
2. **LĪDZĒJU SAISTĪBAS UN ATBILDĪBA**
	1. Risku par Līgumā neparedzētām piegādēm, darbiem un pakalpojumiem, kas nepieciešami Līguma pilnīgai izpildei (turpmāk – neparedzēti darbi), uzņemas Izpildītājs. Šo risku uzņemas Pasūtītājs, ja:
		1. neparedzēto darbu nepieciešamība ir radusies tādu no Līdzēju gribas neatkarīgu apstākļu dēļ, kurus Līdzēji, slēdzot Līgumu, nevarēja paredzēt;
		2. neparedzētie darbi ir ierosināti pēc Pasūtītāja iniciatīvas, Pasūtītājam precizējot vai papildinot Līguma priekšmetu;
		3. Līgums objektīvu, no Izpildītāja gribas neatkarīgu iemeslu dēļ nav izpildāms, ja netiek veikti neparedzētie darbi;
		4. Ja risku par Līgumā neparedzētiem darbiem uzņēmies Izpildītājs, neparedzētu darbu izpilde negroza Līguma cenu. Ja risku par Līgumā neparedzētiem darbiem uzņēmies Pasūtītājs, Līguma cena tiek grozīta Publisko iepirkumu likumā noteiktajā kārtībā un apmērā.
	2. Izpildītājs apņemas veikt Pakalpojumu Līgumā, tā 1.pielikumā „Finanšu piedāvājums”, 2.pielikumā „Tehniskā specifikācija”, kā arī Izpildītāja konkursā iesniegtajā piedāvājumā paredzētajā termiņā, apjomā un kvalitātē.
	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.
	4. Izpildītājs apņemas neizpaust informāciju, nepaturēt un nenodot trešajām personām dokumentus vai to kopijas, kas tam ir pieejami saistībā ar Pakalpojuma izpildi.
	5. Izpildītājs Pakalpojuma izpildes ietvaros datu apstrādi veic un datus saglabā atbilstoši Fizisko personu datu aizsardzības likuma prasībām. Atbilstoši Fizisko personu datu aizsardzības likuma prasībām, Izpildītājs nedrīkst izpaust minēto personu datus trešajām personām.
	6. Izpildītājs apņemas piedalīties Pasūtītāja organizētos informatīvajos semināros par Pakalpojuma izpildi, ja tādi tiek organizēti.
	7. Izpildītājam ir pienākums saskaņot ar Pasūtītāju Līgumā minētos jautājumus, kas saistīti ar Līguma izpildi.
	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;
	9. Pasūtītājs apņemas veikt samaksu par kvalitatīvi un laikā sniegtu Pakalpojumu šajā Līgumā noteiktajā kārtībā un apmērā.
	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.
	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.
	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.
	13. Pasūtītājs ir tiesīgs aizstāt Pasūtītāju ar citu iestādi, ja Pasūtītāju kā iestādi reorganizē vai mainās tā kompetence.
	14. Pasūtītājam ir tiesības saņemt no Izpildītāja informāciju un paskaidrojumus par Līguma izpildes gaitu un citiem Līguma izpildes jautājumiem.
	15. Pasūtītājam ir tiesības apturēt Līguma izpildi ārējā normatīvajā aktā vai šajā Līgumā noteiktajos gadījumos.
	16. Pasūtītājam ir tiesības atkāpties no Līguma ārējā normatīvajā aktā vai šajā Līgumā noteiktajos gadījumos.
	17. Pasūtītājam ir tiesības apturēt un atlikt Līgumā paredzētos maksājumus ārējā normatīvajā aktā vai šajā Līgumā noteiktajos gadījumos.
	18. Ja Izpildītājs nesniedz Pakalpojumu Līgumā un Līguma 2.pielikumā „Tehniskā specifikācija”, kā arī Izpildītāja konkursā iesniegtajā piedāvājumā 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.
	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.
	20. Pasūtītājam ir tiesības veikt līgumsoda ieturējumu, veicot samaksu par izpildīto Pakalpojumu.
	21. Līgumsodu samaksa neatbrīvo Līdzējus no saistību izpildes.
3. **LĪGUMA GROZĪJUMI, ATKĀPŠANĀS NO LĪGUMA, LĪGUMA APTURĒŠANA UN IZBEIGŠANA**
	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.
	2. Pasūtītājam ir tiesības apturēt Līguma izpildi uz laiku šādos gadījumos:
		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;
		2. pēc ārvalstu finanšu instrumenta vadībā iesaistītas iestādes vai Ministru kabineta lēmuma.
	3. Pasūtītājs par Līguma apturēšanu uz laiku paziņo Izpildītājam 5 (piecas) darba dienu laikā no brīža, kad Pasūtītājam kļuvis zināms par šī Līguma apturēšanu.
	4. Pasūtītājs Līgumu aptur uz laiku līdz tiek pieņemts lēmums par 7.3.1.punktā minēto prioritāšu un aktivitāšu pārskatīšanu vai tiek pieņemts Līguma 7.3.2.punktā minētais lēmums.
	5. Pasūtītājam ir tiesības atkāpties no Līguma šādos gadījumos:
		1. Izpildītājs ir būtiski nokavējis Līguma izpildes vai starpizpildes (norāda iepirkuma priekšmeta 1.daļā) termiņu un termiņa kavējumā nav vainojams pats Pasūtītājs;
		2. Pakalpojuma izpildījums neatbilst Līgumam, un šī neatbilstība nav vai nevar tikt novērsta Līgumā paredzētajā termiņā un neatbilstībā nav vainojams pats Pasūtītājs;
		3. Izpildītājs Līguma noslēgšanas vai Līguma izpildes laikā ir sniedzis nepatiesas ziņas vai apliecinājumus;
		4. Izpildītājs Līguma noslēgšanas vai Līguma izpildes laikā pārkāpis normatīvo aktu attiecībā uz Līguma slēgšanu vai izpildi;
		5. 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;
		6. Izpildītājs pārkāpj vai nepilda citu būtisku Līgumā paredzētu pienākumu;
		7. Izpildītājs Pasūtītājam nodarījis zaudējumus;
		8. Ārvalstu finanšu instrumentu vadībā iesaistīta iestāde ir noteikusi ārvalstu finanšu instrumenta finansēta projekta izmaksu korekciju 25 % vai lielākā apmērā no Līguma kopējās summas, un minētā korekcija izriet no Izpildītāja pieļauta Līguma pārkāpuma;
		9. Izpildītājs ir patvaļīgi pārtraucis Līguma izpildi, tai skaitā Izpildītājs nav sasniedzams juridiskajā adresē vai deklarētajā dzīvesvietas adresē;
		10. 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;
		11. Ārējā normatīvajā aktā noteiktajos gadījumos;
		12. Citos Līgumā noteiktajos gadījumos.
	6. Līgums var tikt izbeigts šādos gadījumos:
		1. turpmāku Līguma izpildi padara neiespējamu nepārvarama vara;
		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;
		3. Publisko iepirkumu likuma 64.pantā noteiktajos gadījumos.
	7. 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.
	8. Līgums tiek atcelts paziņojuma kārtībā. Līgums ir uzskatāms par atceltu, ja paziņojuma adresāts 15 (piecpadsmit) dienu laikā no paziņojuma izsūtīšanas dienas neceļ iebildumus.
	9. 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.
	10. 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.
	11. Līdzējiem abpusēji vienojoties un noformējot rakstisku vienošanos, Līgums var tikt izbeigts pirms Līguma 2.punktā minētā termiņa.
	12. Līguma izbeigšanas sekas:
		1. Līgumā noteiktajos gadījumos Līdzēji atlīdzina viens otram radītos zaudējumus vai maksā līgumsodu;
		2. Pasūtītājam ir pienākums samaksāt par faktiski saņemto Pakalpojumu.
		3. Pasūtītājam ir tiesības paturēt un lietot līdz Līguma izbeigšanai Pakalpojuma ietveros saņemtos materiālus.
	13. Pasūtītājam un Izpildītājam savstarpēji vienojoties, Līguma izpildes laikā var tikt veikti Tehniskajā specifikācijā noteiktie precizējumi Izpildītāja piedāvājumā. Precizējumu veikšanas rezultātā, līgumcena paliek nemainīga. Precizējumu veikšana tiek saskaņota elektroniski un par to netiek sastādīti līguma grozījumi*. [tiek norādīts, slēdzot līgumu iepirkuma priekšmeta 1.daļā]*
4. **LĪGUMA IZPILDĒ IESAISTĪTĀ PERSONĀLA NOMAIŅAS KĀRTĪBA**
	1. Izpildītājs nav tiesīgs bez saskaņošanas ar Pasūtītāju veikt piedāvājumā norādītā personāla un apakšuzņēmēju nomaiņu un iesaistīt papildu apakšuzņēmējus Līguma izpildē. Pasūtītājs var prasīt personāla un apakšuzņēmēja viedokli par nomaiņas iemesliem.
	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.
	3. Pasūtītājs nepiekrīt piedāvājumā norādītā apakšuzņēmēja nomaiņai, ja pastāv kāds no šādiem nosacījumiem:
		1. piedāvātais apakšuzņēmējs neatbilst iepirkuma procedūras dokumentos apakšuzņēmējiem izvirzītajām prasībām;
		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](https://likumi.lv/doc.php?id=287760#p42) pirmajā vai otrajā daļā (atbilstoši pasūtītāja norādītajam paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos) minētajiem pretendentu izslēgšanas gadījumiem;
		3. piedāvātais apakšuzņēmējs, kura sniedzamo pakalpojumu vērtība ir vismaz 10 procenti no kopējās iepirkuma līguma vērtības, atbilst Publisko iepirkumu likuma  [42.panta](https://likumi.lv/doc.php?id=287760#p42) pirmajā vai otrajā daļā (atbilstoši pasūtītāja norādītajam paziņojumā par līgumu vai iepirkuma procedūras dokumentos) minētajiem pretendentu izslēgšanas gadījumiem;
		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.
	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.
	5. Pārbaudot jaunā apakšuzņēmēja atbilstību, Pasūtītājs piemēro Publisko iepirkumu likuma [42. panta](https://likumi.lv/doc.php?id=287760#p42) noteikumus. Publisko iepirkumu likuma [42. panta](https://likumi.lv/doc.php?id=287760#p42) trešajā daļā minētos termiņus skaita no dienas, kad lūgums par apakšuzņēmēja nomaiņu iesniegts Pasūtītājam.
	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.
	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.
5. **AUTORTIESĪBAS**
	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.
	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.
	3. Samaksa par autortiesību un blakustiesību pāreju Pasūtītājam ir ietverta summā, ko Pasūtītājs maksā Izpildītājam par šajā Līgumā paredzēto Pakalpojumu.
	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.
	5. Izpildītājs apliecina, ka Pakalpojuma sniegšanas gaitā nav aizskartas citu personu autortiesības.
	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.
	7. Izpildītājs bez Pasūtītāja rakstveida atļaujas nav tiesīgs izmantot Pakalpojuma sniegšanas ietvaros radītos darbus citu iespējamu darbu izstrādē.
6. **NEPĀRVARAMAS VARAS APSTĀKĻI**
	1. Puses vienojas, ka līgumsaistību nepildīšana, ja to izpildi kavē nepārvaramas varas apstākļi, nevar būt par pamatu Līgumā noteiktās atbildības piemērošanai.
	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 apgrūtinošu, bet neiespējamu.
	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).
	4. Ja nepārvaramas varas apstākļi ilgst ilgāk par 1 (vienu) mēnesi, tad jebkuram Līdzējam ir tiesības vienpusējā kārtā izbeigt Līgumu.
	5. Līdzējam, kuram kļuvis neiespējami izpildīt saistības nepārvaramas varas apstākļu dēļ, jāinformē otru Līdzēju par šādu apstākļu rašanos vai izbeigšanos.
7. **STRĪDU IZSKATĪŠANAS KĀRTĪBA**
	1. Visus strīdus un domstarpības, kas saistītas ar Līgumā paredzēto saistību izpildi, Līdzēji risina sarunu ceļā.
	2. Ja Līdzēji nevar vienoties sarunu ceļā, strīdu nodod izskatīšanai Latvijas Republikas tiesā normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā.
8. **CITI NOTEIKUMI**
	1. Neviens no Līdzējiem bez saskaņošanas ar otru Līdzēju nedrīkst nodot trešajai personai savas saistības, kas ir noteiktas ar šo Līgumu.
	2. Visos Līgumā neatrunātajos jautājumos Līdzēji rīkojas saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem.
	3. Izpildītājs Pakalpojuma sniegšanai piesaista šādu personālu:
		1. projekta vadītājs – <vārds, uzvārds>, tālrunis <tālrunis>, e-pasts: <e-pasta adrese> *[tiek norādīts, slēdzot līgumu iepirkuma priekšmeta 1. un 2.daļā];*
		2. sabiedrisko attiecību speciālists – <vārds, uzvārds>, tālrunis <tālrunis>, e-pasts: <e-pasta adrese> *[tiek norādīts, slēdzot līgumu iepirkuma priekšmeta 1.daļā];*
		3. Grafiskais dizaineris - <vārds, uzvārds>, tālrunis <tālrunis>, e-pasts: <e-pasta adrese> > *[tiek norādīts, slēdzot līgumu iepirkuma priekšmeta 1.daļā]*;
	4. Līdzēji informē viens otru par jebkurām izmaiņām Līdzēja rekvizītos. Atsevišķi Līguma grozījumi par izmaiņām Līdzēju rekvizītos netiek gatavoti.
	5. Līgums sagatavots uz \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) lapām, tajā skaitā Līguma *[pielikumu uzskaitījums]*, kas parakstīts 2 (divos) identiskos eksemplāros. Abiem Līguma eksemplāriem ir vienāds juridiskais spēks. Viens Līguma eksemplārs glabājas pie Pasūtītāja, otrs – pie Izpildītāja.
9. **LĪDZĒJU REKVIZĪTI UN PARAKSTI**

|  |  |
| --- | --- |
| Pasūtītājs:**Valsts izglītības attīstības aģentūra**Vaļņu iela 1, Rīga, LV-1050Reģ. Nr. 90001800413Valsts kaseKods: Konts:  | **IZPILDĪTĀJS:** |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Ar jēdzienu “komunikācijas kampaņa” šī punkta un turpmāko nolikuma punktu ietvaros tiek saprasts komunikācijas pasākumu kopums, kas ietver:

iepirkuma priekšmeta 1.daļā – kampaņas koncepcijas izstrādi un vismaz 3 (trīs) dažādus komunikācijas taktikas instrumentus no turpmāk minētajiem - sabiedriskās attiecības, sociālo mediju komunikācija, digitālā komunikācija, reklāmas risinājumi, informatīvie materiāli, speciālie pasākumi;

iepirkuma priekšmeta 2.daļā – vismaz 2 (divus) dažādus komunikācijas taktikas instrumentus no turpmāk minētajiem - reklāma *Google*, mērķētā (*targeted*) reklāma interneta vietnēs, audio reklāma radio vai straumēšanas vietnē, reklāma sociālajos medijos, informatīvo materiālu izveide un ražošana. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ar jēdzienu “pabeigta kampaņa” šī punkta un turpmāko nolikuma punktu izpratnē tiek saprasta kampaņa, kura ir pilnībā realizēta, un tās gala izpildes termiņš ir iepriekšējo 3 (trīs) gadu laikā (t.i., 2014., 2015., 2016. un 2017.gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām). Pretendents ir tiesīgs balstīties arī uz tādu komunikācijas kampaņas realizāciju, kura ir uzsākta pirms iepirkuma nolikuma 4.2. un 4.3.punktos minētā perioda, taču komunikācijas kampaņas realizācija pabeigta (tās izpildes termiņš) iepriekšējo trīs gadu laikā (2014., 2015., 2016. un 2017.gadā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām). [↑](#footnote-ref-2)
3. Skatīt zemsvītras atsauces Nr.1 2.apakšpunktu [↑](#footnote-ref-3)
4. Skatīt zemsvītras atsauci Nr.2 [↑](#footnote-ref-4)
5. Skatīt zemsvītras atsauces Nr.1 1.apakšpunktu [↑](#footnote-ref-5)
6. Skatīt zemsvītras atsauci Nr.2 [↑](#footnote-ref-6)
7. Skatīt zemsvītras atsauces Nr.1 1.apakšpunktu [↑](#footnote-ref-7)
8. Skatīt zemsvītras atsauci Nr.2 [↑](#footnote-ref-8)
9. Skatīt zemsvītras atsauces Nr.1 1.apakšpunktu [↑](#footnote-ref-9)
10. Skatīt zemsvītras atsauci Nr.2 [↑](#footnote-ref-10)
11. Skatīt zemsvītras atsauces Nr.1 2.apakšpunktu [↑](#footnote-ref-11)
12. Skatīt zemsvītras atsauci Nr.2 [↑](#footnote-ref-12)
13. Saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma 63.panta trešo daļu apakšuzņēmēja sniedzamo pakalpojumu kopējo vērtību nosaka, ņemot vērā apakšuzņēmēja un visu attiecīgā iepirkuma ietvaros tā saistīto uzņēmumu sniedzamo pakalpojumu vērtību. Šā panta izpratnē par saistīto uzņēmumu uzskata kapitālsabiedrību, kurā saskaņā ar koncerna statusu nosakošajiem normatīvajiem aktiem apakšuzņēmējam ir izšķirošā ietekme vai kurai ir izšķirošā ietekme apakšuzņēmējā, vai kapitālsabiedrību, kurā izšķirošā ietekme ir citai kapitālsabiedrībai, kurai vienlaikus ir izšķirošā ietekme attiecīgajā apakšuzņēmējā. [↑](#footnote-ref-13)
14. Piedāvājuma kvalitātes vērtēšanas kritēriju atšifrējums atspoguļots atklāta konkursa nolikuma 10.pielikumā. [↑](#footnote-ref-14)
15. Jēdziena “komunikācijas kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.1 [↑](#footnote-ref-15)
16. Jēdziena “pabeigta kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.2 [↑](#footnote-ref-16)
17. Jēdziena “komunikācijas kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.1 [↑](#footnote-ref-17)
18. Jēdziena “pabeigta kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.2 [↑](#footnote-ref-18)
19. Jēdziena “komunikācijas kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.1 [↑](#footnote-ref-19)
20. Jēdziena “pabeigta kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.2 [↑](#footnote-ref-20)
21. Jēdziena “komunikācijas kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.1 [↑](#footnote-ref-21)
22. Jēdziena “pabeigta kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.2 [↑](#footnote-ref-22)
23. Jēdziena “komunikācijas kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.1 [↑](#footnote-ref-23)
24. Jēdziena “pabeigta kampaņa” definējumu skatīt zemsvītras atsaucē Nr.2 [↑](#footnote-ref-24)
25. Eiropas Savienības fondu darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 8.4.1.specifiskā atbalsta mērķa “Pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci” Eiropas Sociālā fonda projekts “Nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveide” (Vienošanās Nr. 8.4.1.0/16/I/001). Sīkāk VIAA mājaslapā šeit: <http://viaa.gov.lv/lat/pieauguso_izglitiba/par_projektu/> [↑](#footnote-ref-25)
26. 5.pamatgrupa - pakalpojumu un tirdzniecības darbinieki; 7.pamatgrupa – kvalificēti strādnieki un amatnieki; 8.pamatgrupa – iekārtu un mašīnu operatori un izstrādājumu montieri; 9.pamatgrupa – vienkāršās profesijas. Sīkāk: <http://www.lm.gov.lv/upload/darba_devejiem/prof_klas_1210.pdf> [↑](#footnote-ref-26)
27. NVA projekts „Paildzināt gados vecāku nodarbināto darbspēju saglabāšanu un nodarbinātību”: <http://www.nva.gov.lv/index.php?cid=&mid=2&txt=4419> [↑](#footnote-ref-27)
28. VIAA vizuālās identitātes rokasgrāmata pieejama mājaslapā pie šī iepirkuma dokumentācijas. [↑](#footnote-ref-28)
29. JG uzņemšanas noteikumi un mērķauditorija [sīkāk šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_uznemsanas_noteikumi/), savukārt būtiskākās priekšrocības [sīkāk šeit](http://viaa.gov.lv/lat/es_fondu_projekti/jauniesugarantija/jg_prieksrocibas/). [↑](#footnote-ref-29)
30. Eurofound (2012). NEET grupa — jaunieši, kas nav iesaistīti ne nodarbinātībā, ne izglītībā, ne mācībās, — raksturīgās iezīmes, izmaksas un politiskā reakcija Eiropā, ziņojums: <http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_files/pubdocs/2012/541/lv/1/EF12541LV.pdf> [↑](#footnote-ref-30)