

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Фонда поддержки проектов
Национальной технологической инициативы
от «29» мая 2020 г. №013з/2020

ДОКУМЕНТАЦИЯ

**ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЗАКУПКИ В ФОРМЕ ЗАПРОСА КОММЕРЧЕСКИХ
ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ
ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ ПРОЕКТА «ИНТЕГРАТОР
СООБЩЕСТВ КРУЖКОВОГО ДВИЖЕНИЯ (ПРОЕКТ ВОРК)» (ПОД БРЕНДОМ
РУКАМИ) В СМИ И НОВЫХ МЕДИА**

Москва, 2020 год

Уважаемые дамы и господа!

Настоящим Фонд поддержки проектов Национальной технологической инициативы приглашает Вас к участию в процедуре закупки, проводимой в форме запроса коммерческих предложений **на оказание услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа.**

Запрос коммерческих предложений не является разновидностью торгов и не подпадает под регулирование статьями 447—449 Гражданского кодекса Российской Федерации. При проведении запроса коммерческих предложений извещение о проведении закупки в форме запроса коммерческих предложений вместе с документацией по запросу коммерческих предложений является приглашением потенциальных участников закупки делать оферты в адрес Фонда поддержки проектов Национальной технологической инициативы; коммерческое предложение является офертой потенциального участника закупки.

1. Наименование Заказчика, контактная информация

Фонд поддержки проектов Национальной технологической инициативы (далее также – Фонд, Заказчик).

Место нахождения: 123242, город Москва, М. Конюшковский переулок, дом 2;

телефон: 8 (495) 777-01-04

адрес электронной почты: zakupki@ntifund.rvc.ru;

контактное лицо – Евгений Вячеславович Катуша.

2. Предмет закупки. Требования к оказываемым услугам

Предмет закупки: оказание услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа.

Требования к оказываемым услугам приведены в Приложении № 1 к настоящей документации.

3. Документация и разъяснение положений документации

Заинтересованные лица могут получить полный комплект настоящей документации (далее – Документация) в электронной форме бесплатно.

Документация предоставляется на сайте https://www.rvc.ru/eco/development_nti/fund_nti/

Участник процедуры закупки в форме запроса коммерческих предложений имеет право письменно просить Заказчика предоставить разъяснения положений документации. Для этого участник закупки должен направить Заказчику соответствующий запрос в электронном виде по адресу zakupki@ntifund.rvc.ru.

В течение трех рабочих дней со дня поступления указанного запроса разъяснения положений документации будут направлены участнику процедуры закупки в письменной форме, если указанный запрос поступил к заказчику не позднее, чем за три рабочих дня до дня окончания подачи заявок на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений.

Дата начала предоставления разъяснений положений документации – «29» мая 2020 г.

Дата окончания предоставления разъяснений положений документации – «08» июня 2020 г.

4. Место, условия и сроки (периоды) оказания услуг

Место оказания услуг: Российская Федерация.

Сроки оказания услуг:

- начало - с даты возникновения прав и обязанностей сторон Договора на оказание услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа (далее – «Договор»);

- окончание – 11 декабря 2020 г.

5. Цена Договора, порядок формирования цены Договора

Начальная (максимальная) цена Договора составляет 3 500 000 (Три миллиона пятьсот тысяч) рублей 00 копеек, включая все налоги, сборы и иные обязательные платежи.

В цену Договора включены все расходы исполнителя по Договору (в том числе на перевозку/транспорт, страхование и т.д.).

Все налоги, сборы и иные обязательные платежи, включенные в цену Договора, предлагаемую участником процедуры закупки в заявке на участие в запросе коммерческих предложений в электронной форме, Исполнитель оплачивает самостоятельно.

Неучтенные затраты исполнителя по Договору, связанные с исполнением Договора, но не включенные в предлагаемую цену Договора, не подлежат оплате Заказчиком.

6. Форма, сроки и порядок оплаты услуг

Форма оплаты – безналичный расчет.

Оплата производится в порядке и сроки, указанные в проекте Договора.

7. Требования, установленные к участникам закупки в форме запроса коммерческих предложений, и перечень документов, представляемых участниками закупки для подтверждения их соответствия установленным требованиям

Участник закупки должен соответствовать следующим требованиям:

а) непроведение ликвидации участника закупки – юридического лица и отсутствие решения арбитражного суда о признании участника закупки – юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства;

б) неприостановление деятельности участника закупки в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, на день подачи заявки на участие в закупке;

в) отсутствие у участника закупки задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды за прошедший календарный год, размер которой превышает 25 (Двадцать пять) процентов балансовой стоимости активов участника закупки по данным бухгалтерской отчетности за последний завершенный отчетный период;

Перечень документов, представляемых участниками закупки для подтверждения их соответствия установленным требованиям, приведен в разделе 8 настоящей документации.

8. Требования к содержанию, форме, оформлению и составу заявки на участие в запросе коммерческих предложений и инструкция по ее заполнению

Участник закупки вправе подать только одну заявку на участие в процедуре запроса коммерческих предложений.

Заявка представляет собой полный комплект документов, предоставляемых участником закупки для участия в запросе коммерческих предложений.

Заявка на участие в запросе коммерческих предложений должна включать в себя следующее:

а) Коммерческое предложение (форма №1);

б) Копии документов, подтверждающих соответствие участника закупки требованиям, установленным пп. «а» - «в» п.7 настоящей документации (заявление участника закупки о соответствии установленным требованиям может быть предоставлено по форме №2);

в) документ, подтверждающий полномочия лица на осуществление действий от имени юридического лица (копия решения о назначении или об избрании либо приказа о назначении физического лица на должность, в соответствии с которым такое физическое лицо обладает правом действовать от имени участника закупки и лица, выступающего на стороне участника закупки без доверенности (далее для целей настоящего раздела - руководитель). В случае если от имени юридического лица действует иное лицо, заявка на участие в закупке должна содержать **также** соответствующую доверенность, заверенную печатью (при наличии) и подписанную руководителем юридического лица или уполномоченным этим руководителем лицом, либо заверенную организацией копию такой доверенности. В случае если указанная доверенность подписана лицом, уполномоченным руководителем, заявка на участие в закупке должна содержать также документ, подтверждающий полномочия такого лица;

г) документы, подтверждающие качество работ, квалификацию, опыт, деловую репутацию и кадровые ресурсы участника закупки, это могут быть:

- копии договоров/контрактов и актов выполненных работ к данным договорам/контрактам за период с 01.01.2016 по дату окончания срока подачи заявок на участие в закупке, подтверждающих наличие у участника закупки опыта оказания услуг по коммуникационному сопровождению проектов по информационному сопровождению проектов в СМИ и/или PR-сопровождению (кампании), без применения мер ответственности за неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих обязательств в период с 01.01.2016 по дату окончания срока подачи заявок на участие в закупке. Копии указанных документов должны быть предоставлены в полном объеме (все страницы договора) со всеми приложениями, являющимися их неотъемлемой частью;

- копии официальных писем с положительными отзывами и благодарностями, подтверждающих наличие у участника закупки положительной деловой репутации по информационному и/или коммуникационному сопровождению проектов в СМИ и новых медиа за период с 01.01.2016 по дату окончания срока подачи заявок на участие в закупке. Письма должны сопровождаться описанием проекта не более 2-слайдов в формате ppt.

Участник закупки подает заявку на участие в запросе коммерческих предложений в электронной форме на адрес: zakupki@ntifund.rvc.ru. При этом в теме письма указывается наименование закупки.

Заявка участника закупки на участие в запросе коммерческих предложений должна содержать все документы, предусмотренные настоящей документацией.

Заявка, подготовленная участником закупки, все документы и корреспонденция между Заказчиком и участником закупки, относящиеся к заявке, должны быть составлены на русском языке.

Соблюдение участником закупки указанных требований означает, что все документы и сведения, входящие в состав заявки на участие в запросе коммерческих предложений, поданы от имени участника закупки, а также подтверждает подлинность и достоверность представленных в составе заявки на участие в запросе коммерческих предложений документов и сведений.

9. Требования к описанию участниками закупки поставляемого товара, выполняемых работ, оказываемых услуг, которые являются предметом закупки

Требования к описанию участниками закупки оказываемых услуг, которые являются предметом закупки, их количественных и качественных характеристик, приведены в Приложении № 1 к настоящей документации.

10. Порядок, место, дата начала и дата окончания срока подачи заявок на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений

Заявки на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений должны быть поданы, начиная с 22-00 часов по московскому времени «29» мая 2020 года и не позднее 17-30 часов по московскому времени «09» июня 2020 года.

Заявки на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений подаются в электронной форме по адресу: zakupki@ntifund.rvc.ru

11. Порядок и срок отзыва заявок на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений, порядок внесения изменений в такие заявки

Участник закупки, подавший заявку на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений, вправе изменить или отозвать коммерческое предложение в любое время до окончания срока подачи коммерческих предложений путем направления соответствующего письма в электронной форме по адресу: zakupki@ntifund.rvc.ru

После окончания срока подачи коммерческих предложений не допускается внесение изменений и отзыв коммерческих предложений.

12. Место и дата рассмотрения предложения участников закупки и подведения итогов закупки

Коммерческие предложения будут рассматриваться «10» июня 2020 года по адресу: город Москва, Инновационный центр Сколково, улица Нобеля, 1.

Подведение итогов закупки в форме запроса коммерческих предложений будет осуществляться «11» июня 2020 года по адресу: город Москва, Инновационный центр Сколково, улица Нобеля, 1.

13. Критерии и порядок оценки и сопоставления заявок на участие в запросе коммерческих предложений

Заказчик осуществляет оценку и сопоставление коммерческих предложений, поданных участниками закупки, допущенными к закупке в форме запроса коммерческих предложений, в целях выявления лучших условий исполнения Договора в соответствии с критериями и порядком оценки и сопоставления коммерческих предложений, приведенными в Приложении №2 к настоящей документации.

14. Срок со дня подписания протокола оценки и сопоставления коммерческих предложений, в течение которого победитель запроса коммерческих предложений должен подписать Договор

Договор должен быть подписан победителем закупки в форме запроса коммерческих предложений в период с «12» июня 2020 года по «19» июня 2020 года.

Требования к оказанию услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Аккаунт – это учетная запись на сайте, портале или в мобильном приложении.

Блог – веб-сайт, основное содержимое, которого — регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа.

Блогер – это человек, который ведет в интернете свой блог.

Кружковое движение НТИ (также – Кружковое движение, <https://kruzhok.org>) – это всероссийское сообщество энтузиастов технического творчества, построенное на принципе горизонтальных связей людей, идей и ресурсов. Кружковое движение НТИ решает задачу формирования в России следующего поколения предпринимателей, инженеров, ученых, управленцев, ядром которого должны стать выходцы из кружков – энтузиасты, обладающие высоким уровнем профессионализма, способные задумывать и реализовывать проекты, доводить их до результата, создавать новые организационные решения и технологические компании, направленные на развитие России и всего мира. Дорожная карта «Кружковое движение» НТИ была создана, чтобы обеспечить формирование к 2025 г. сообщества из 500 000 талантов, технологических энтузиастов, предпринимателей нового типа.

ЛОМ – лидеры общественного мнения, персоны, обладающим высоким авторитетным мнение в кругу целевой аудитории проекта.

Медиаплан – документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки (таргетинги) и рекомендуемые форматы размещения рекламы.

Мейкеры – (от английского слова make) малые изобретатели, создающие совершенно новые продукты с использованием несложных и подручных средств и технологий.

Мемы – слова или изображения в остроумной и иронической форме, спонтанно приобретающие популярность, распространяясь в Интернете разнообразными способами (посредством социальных сетей, форумов, блогов, мессенджеров и пр.)

Негатив – сообщение в информационном поле, размещенное в СМИ и/или социальных сетях, направленное против проекта и его реализации.

Национальная технологическая инициатива (НТИ) (сайт – <https://nti2035.ru>) – государственная программа мер по поддержке развития в России перспективных отраслей, которые в течение следующих 20 лет могут стать основой мировой экономики.

Новые медиа – интерактивные электронные издания, отличающиеся от традиционных СМИ, формой коммуникаций и взаимодействия с потребителями контента. Могут быть не зарегистрированы как СМИ. Главным в таких медиа является не информация, то есть содержание, а общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план.

Проект «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) (сайт – <https://rukamifest.com>) – это некоммерческий проект, инициированный АО «РВК» и реализуемый Фондом поддержки проектов НТИ. Проект

утвержден Советом при Президенте РФ по модернизации экономики и инновационному развитию России в 2018 году как ключевой проект по реализации дорожной карты Кружкового движения Национальной технологической инициативы. Проект направлен на привлечение внимания молодежи и широкой аудитории к техническому творчеству, мейкерству, созданию собственных проектов в кружках.

Включает серию региональных мероприятий, демонстрирующих проекты технического творчества, лучшие из которых представят свои изобретения в Москве. Ключевое событие проекта – Международный фестиваль Rukami - собирает технологических энтузиастов из России и зарубежных стран, объединяет лучшие практики и форматы. В рамках проекта проводится образовательно-нетворкинговая программа для руководителей кружков, которая позволяет им не только привлекать новую аудиторию, но и удерживать ее, формируя устойчивое сообщество.

Популяризация – качественное и количественное вовлечение новых членов сообщества технологических энтузиастов. Включает в себя как популяризацию идей мейкерства и продвижение Кружкового движения НТИ, так и информационные кампании мероприятий проекта.

Пост в интернете - это любая статья или запись на интернет странице. Название "пост" произошло от английского "post", что в переводе на русский язык означает "размещать", "публиковать".

Репост – это повторная публикация какого-либо сообщения в пределах одного ресурса.

Скриншот – изображение, полученное устройством и показывающее в точности то, что видит пользователь на экране монитора или другого визуального устройства вывода.

Тематическая серия – публикации размещенные в формате периодических серий публикаций (рубрик), оформленные иллюстративными материалами в индивидуальном стиле.

Технологические энтузиасты – люди, занимающиеся инженерным и техническим творчеством, старающиеся с помощью своих разработок решить конкретную социальную проблему, сделать жизнь лучше.

Уникальный посетитель – это пользователь интернета, который впервые за определенный промежуток времени (например, за сутки) зашел на какой-либо сайт с конкретного компьютера и с конкретного браузера.

Управление негативом – осуществить комплекс мер – составление плана действий, подготовка контраргументов, публикация контраргументов и оперативный мониторинг развития событий в контексте данного инцидента.

Digital-сфера (применительно к СМИ) – использование новых медиа для продвижения бренда/продукции/бизнес-организации и пр.

GIF – популярный растровый формат графических изображений. Способен хранить сжатые данные без потери качества в формате не более 256 цветов.

2. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

2.1 **Предмет** – информационное сопровождение проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) (далее – Проект) в СМИ и новых медиа (далее по тексту – Информационная кампания/кампания).

2.2 **Период оказания услуг:** с даты заключения Договора по 11 декабря 2020 года.

2.3 **Целевая аудитория информационной кампании:**

- 8-20 лет: вовлеченные и невовлеченные в техническое творчество и Кружковое движение НТИ школьники и студенты, молодые мейкеры;
- 22-30 лет: аспиранты технических направлений, молодые ученые и инженеры (точные и технические науки), преподаватели, технологические энтузиасты;
- 30-45 лет – преимущественно, родители школьников, представители бизнеса и органов государственной власти, технологические энтузиасты, наставники, участники технологических кружков, ЦМИТов, фаблабов, кванториумов, мэйкерплейсов;
- посетители и участники фестивалей (Geek-picnic, Maker Faire, Политех и т.п.).

Подробная детализация вышеуказанной целевой аудитории будет представлена Заказчиком по электронной почте в течение 5 (пяти) дней после заключения Договора.

2.4 Цели и задачи информационной кампании.

Цели – увеличение количества участников кружкового движения НТИ, резидентов технологических кружков (ресурсных центров), посетителей мероприятий проекта.

Задачи:

- Системное освещение деятельности Заказчика;
- Выстраивание коммуникации с целевыми аудиториями, рост доверия к бренду, проекту и инициативам;
- Повышение уровня упоминаемости и увеличение количества публикаций позитивной тональности о проекте Rukami, Кружковом движении НТИ, технических энтузиастах и их проектах в СМИ и новых медиа;

2.5 Ожидаемый результат от проведения информационной кампании.

Ключевые показатели эффективности (KPI) кампании:

Количество созданных информационных материалов – не менее 45 (сорока пяти);
 Количество вышедших публикаций в федеральных и региональных СМИ с упоминанием проекта – не менее 1000 (одной тысячи);
 Количество интервью – не менее 8 (восьми);
 Количество специальных проектов – не менее 1 (одного);
 Участие в профессиональных премиях – не менее 3 (трех).

3. ПЕРЕЧЕНЬ УСЛУГ И ТРЕБОВАНИЯ К НИМ

3.1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.

3.1.1. Разработка контент-плана и первичное взаимодействие со СМИ и новыми медиа. Исполнитель составляет базу релевантных СМИ и новых медиа, разделенную на тематические блоки с указанием наиболее перспективных и эффективных с точки зрения охвата и аудитории изданий.

3.1.2. Разработка графика рассылки и осуществление распространения пресс-релизов, статей, интервью, анонсов, комментариев экспертов (далее – информационные материалы) по базе СМИ и новых медиа. База должна содержать не менее 1 000 (одной тысячи) контактов журналистов, разделенных по тематическим блокам.

3.1.3. Создание и распространение информационных материалов – не менее 20 (двадцати).

3.1.4. Создание плана выхода интервью на весь проект. План должен включать не менее 10 интервью на ТВ, радио, в деловых, научно-популярных и развлекательных изданиях, а также календарь проведения с указанием возможных тем и спикеров.

3.1.5. Создание и публикация не менее 1-го интервью о проекте Rukami в СМИ. Интервью должно выйти на одной из площадок, входящих ТОП-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов либо в топ-10 самых цитируемых журналов по рейтингу портала

Медиалогия, либо в издании с аудиторией не менее 1 000 000 (один миллион) уникальных посетителей в месяц.

3.1.6. Обеспечить выход не менее 400 (четыреста) публикаций в СМИ и новых медиа.

3.1.7. Создание плана-графика и проведение еженедельного мониторинга упоминаний проекта Rukamі в СМИ и новых медиа. Система мониторинга предлагается Исполнителем и согласовывается с Заказчиком (не менее 2 (двух) систем). Запуск, тестирование и последующая корректировка формата мониторинга при необходимости.

3.1.8. Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов Проекта – не более 30 (тридцати) за этап.

3.1.9. Создания календаря мероприятий для интеграции представителей Проекта – не менее 5 (пяти) мероприятий.

3.1.10. Создание плана и календаря участия в ключевых профессиональных премиях. План должен включать не менее 3 (трех) мероприятий. Исполнитель готовит заявку и презентацию для участия в представленных и согласованных с Заказчиком мероприятиях. Заявка готовится в зависимости от даты приема заявок, а также от даты проведения премии.

3.2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukamі, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года (далее – Фестиваль). 1 октября – 15 ноября 2020 года.

3.2.1. Создание информационных материалов – не менее 20 (двадцати), в том числе не менее 5 (пяти) в дни проведения Фестиваля.

3.2.2. Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа. База должна содержать не менее 1000 (одна тысяча) контактов журналистов, разделенных по тематическим блокам.

3.2.3. Организация и публикация не менее 6 (шести) интервью о проекте в СМИ и новых медиа с руководителями проекта, кружкового движения, спикерами и партнерами и участниками в дни проведения Фестиваля. Интервью должны выйти на телевидении, в развлекательных, научно-популярных или информационно-деловых изданиях (федеральных и региональных). Не менее 1 (один) интервью должны выйти в СМИ, входящих в ТОП-10 цитируемых интернет-ресурсов рейтинга Медиалогия, либо не менее 1 (один) интервью – в информационном агентстве, входящем в ТОП-3 рейтинга Медиалогия самых цитируемых информационных агентств; не менее 1 интервью должно выйти в научно-популярных и/или лайфстайл изданиях с аудиторией не менее 1 000 000 (один миллион) уникальных посетителей в месяц. Перечень СМИ и новых медиа должен включать не только издания Москвы и Московского региона.

3.2.4. Обеспечить выход не менее 500 (пятьсот) публикаций в СМИ и новых медиа, в том числе не менее 200 (двести) публикаций по итогам Фестиваля.

3.2.5. Реализация не менее 1 (один) специального проекта в СМИ или новых медиа. Издания предлагаются и обосновывается Исполнителем. Целевая аудитория должна соответствовать целевой аудитории проекта. Аудитория СМИ или нового медиа – не менее 3 000 000 (три миллиона) уникальных посетителей в месяц.

3.2.6. Приглашение и обеспечение участия не менее 20 (двадцать) журналистов из федеральных и городских СМИ и новых медиа на Фестивале.

3.2.7. Привлечение не менее 20 (двадцать) информационных партнеров из федеральных и городских (локация – Москва) изданий на Фестиваль и организация работы с ними.

3.2.8. Размещение информации о Фестивале на не менее, чем 10 (десять) событийных сайтах-агрегаторах, публикующих материалы о Московских и Подмосковных мероприятиях.

3.2.9. Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukamі в СМИ и новых медиа (за неделю до и в течение недели после фестиваля – ежедневный).

3.2.10. Подготовка отчета о проведении информационной кампании Фестиваля. Отчет должен отражать количество выходов в СМИ и новых медиа новостей о фестивале, имиджевый фотоотчет (презентация, инфографика), ключевые публикации, количество инфопартнеров.

3.2.11. Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать) за этап.

3.3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года.

3.3.1. Создание информационных материалов – не менее 5 (пять).

3.3.2. Создание и публикация не менее 1 (один) интервью о проекте Rukamі в СМИ и новых медиа. Интервью должно выйти на одной из площадок, входящих топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов либо в топ-10 самых цитируемых журналов по рейтингу портала Медиалогия, либо в издании с аудиторией не менее 1 000 000 (один миллион) уникальных посетителей в месяц.

3.3.3. Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа. База должна содержать не менее 1 тыс. контактов журналистов, разделенных по тематическим блокам.

3.3.4. Обеспечить выход не менее 100 (сто) публикаций в СМИ и новых медиа.

3.3.5. Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukamі в СМИ и новых медиа.

3.3.6. Подготовка итогового отчета о проведении информационной кампании Фестиваля.

3.3.7. Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать) за этап.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИОННОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ ПРОЕКТА В СМИ И НОВЫХ МЕДИА.

4.1. Общие требования.

4.1.1. В рамках своей проектной работы, а также освещения отдельных информационных поводов и мероприятий по запросам Заказчика, Исполнитель создает уникальные информационные материалы и их оформление (подбирает для них фотографии или создает иллюстрации и инфографику).

4.1.2. Исполнитель создает публикации в соответствии с количеством, указанным в п. 3.

4.1.3. Исполнитель самостоятельно обеспечивает сбор содержания для информационных материалов (в том числе проведение интервью, выезды на мероприятия, сбор информации из открытых источников), также содержание может предоставляться Заказчиком.

4.1.4. Исполнитель должен получать согласование Заказчиком всех информационных материалов (текстов, фотографий, иллюстраций и т.д.) перед использованием. При согласовании необходимо обеспечить корректировку текстов по комментариям Заказчика.

4.1.5. Исполнитель самостоятельно выбирает СМИ и новые медиа для размещения информации. Перечень выбранных СМИ и новых медиа должен быть согласован с Заказчиком по электронной почте. При выборе СМИ или нового медиа Исполнитель должен основываться на целевой аудитории, тематике, рейтинге и цитируемости издания.

4.2. Требования к содержанию.

При создании публикаций требуется руководствоваться коммуникационными планами и ключевыми сообщениями коммуникационной политики Заказчика.

4.3. Требования к отчетности

4.3.1. Исполнитель по окончании каждого Этапа, передает на утверждение Заказчику Акт сдачи-приемки услуг и Отчет в двух экземплярах, в срок не позднее 5 (Пяти) рабочих

дней с даты окончания каждого этапа оказания Услуг. Документы предоставляются в бумажном и электронном виде. Отчет должен иметь обязательные данные:

- Таблицу выполнения КРІ с плановыми и фактическими показателями.
- Пресс-клиппинг;
- Анализ тональности публикаций;
- Предложения по коррекции публикаций;
- Анализ деятельности конкурентов.

4.3.2. По окончании каждого Этапа, Исполнитель должен предоставляться отчет по этапам следующего содержания:

4.3.2.1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.

1. Таблица в формате google doc с контент-планом по работе со СМИ;
2. Тексты подготовленных пресс материалов в формате .docx;
3. Скриншоты и ссылки на ключевые публикации вышедшие в федеральных СМИ в pdf формате;
4. Еженедельные дайджесты СМИ и новых медиа, включая аналитику – общее количество публикаций, тональность, типы и уровни СМИ и новых медиа, в которых были опубликованы материалы с упоминанием проекта и спикеров.
5. Список СМИ и новых медиа в формате таблицы;
6. График рассылки новостей и размещения интервью в формате таблицы.

4.3.2.2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukamі, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года. 1 октября – 15 ноября 2020 года.

1. Таблица в формате google doc с контент-планом по работе со СМИ и новыми медиа;
2. Скриншоты и ссылки на ключевые публикации вышедшие в федеральных СМИ и новых медиа в pdf формате;
3. Список СМИ и новых медиа в формате таблицы;
4. График рассылки новостей и размещения интервью в формате таблицы;
5. Списки СМИ и новых медиа принимавших участие;
6. Тексты подготовленных пресс материалов в формате word;
7. Список проведенных интервью;
8. Список информационных партнеров;
9. Еженедельные дайджесты СМИ и новых медиа, включая аналитику – общее количество публикаций, тональность, типы и уровни СМИ и новых медиа, в которых были опубликованы материалы с упоминанием проекта и спикеров.

4.3.2.3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года 2020 года.

1. Таблица в формате google doc с контент-планом по работе со СМИ и новыми медиа;
2. Тексты подготовленных пресс материалов в формате .docx;
3. Скриншоты и ссылки на ключевые публикации вышедшие в федеральных СМИ и новых медиа в pdf формате;
4. Еженедельные дайджесты СМИ и новых медиа, включая аналитику – общее количество публикаций, тональность, типы и уровни СМИ и новых медиа, в которых были опубликованы материалы с упоминанием проекта и спикеров.
5. Список СМИ и новых медиа в формате таблицы;
6. График рассылки новостей и размещения интервью в формате таблицы.
7. Список отраслевых мероприятий;

4.3.3. Все отчетные и иные документы, требующие согласования в соответствии с условиями Договора, предварительно согласовываются по электронной почте, указанной в Договоре. Контактное лицо: Катюша Евгений Вячеславович

5. ЭТАПЫ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

5.1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании.

Сроки: С даты заключения Договора – 30 сентября 2020 года.

5.2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukami, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года.

Сроки: 1 октября – 15 ноября 2020 года.

5.3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля.

Сроки: 16 ноября – 11 декабря 2020 года.

5.4. Даты проведения Международного фестиваля идей и технологий Rukami могут быть изменены по инициативе Заказчика. Заказчик информирует Исполнителя об изменении дат не менее, чем за 25 (двадцать пять) дней до начала Фестиваля.

5.5. В случае изменения дат проведения фестиваля сроки этапов могут быть изменены по требованию Заказчика.

Фонд поддержки проектов Национальной
технологической инициативы

Генеральный директор

_____ / К.А. Руженский

Критерии и порядок оценки и сопоставления коммерческих предложений на оказание услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

Заказчик осуществляет оценку заявок участников конкурсной процедуры в целях выявления лучших условий исполнения Договора в соответствии со следующими критериями:

- 1) цена Договора;
- 2) качество услуг и квалификация участника.

Показатели данного критерия:

- качество подхода к оказанию услуг (далее – показатель 1);
- общая и профессиональная характеристика участника (далее – показатель 2).

Для целей оценки заявок в настоящей документации устанавливается значимость критериев:

- 1) цена Договора – 30%;
- 2) качество услуг и квалификация участника – 70%;

Рейтинг, присуждаемый заявке по критерию «цена Договора» определяется по формуле¹:

$$R_{ai} = \frac{A_{max} - A_i}{A_{max}} \times 100,$$

где:

- R_{ai} - рейтинг, присуждаемый i -й заявке по указанному критерию;
- A_{max} - начальная (максимальная) цена Договора, установленная в настоящей документации;
- A_i - предложение i -го участника по цене Договора.

Рейтинг, присуждаемый заявке по критерию «качество услуг и квалификация участника конкурсной процедуры» определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов Закупочной комиссии, присуждаемых этой заявке по указанному критерию и рассчитывается по формуле:

$$R_{bi} = B_{1i} + B_{2i} + \dots + B_{ki}, \text{ где}$$

- R_{bi} - рейтинг, присуждаемый i -й заявке по указанному критерию;
- B_{ki} – значение в баллах (среднее арифметическое оценок в баллах всех членов комиссии по закупкам), присуждаемой комиссией i -й заявке на участие в конкурсной процедуре по k -му показателю, где k - количество установленных показателей.

Для оценки заявок по критерию «качество услуг и квалификация участника конкурсной процедуры» каждой заявке выставляется значение от 0 до 100 баллов. Сумма максимальных значений всех показателей этого критерия составляет 100 баллов. Для определения рейтинга заявки по критерию «качество услуг и квалификация участника конкурсной процедуры» устанавливаются следующие показатели оценки по данному критерию:

¹ Дробное значение рейтинга округляется до двух десятичных знаков после запятой по математическим правилам округления.

Наименование показателя	Наименование показателя	Значение в баллах
В1 _i	<p>Качество подхода к оказанию услуг Предложение по информационному сопровождению проекта в СМИ и новых медиа, максимум 70 баллов</p> <p>I. Оценке подлежит общее описание подхода участника закупки к оказанию услуг, в том числе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Общая PR-концепция кампании, соответствующая целям и задачам закупки и требованиям к оказанию услуг. 2) Предложение по сотрудничеству с возможными информационными партнерами (оценивается подход к выбору, обоснования, а также возможные форматы сотрудничества). 3) Подходы к созданию и проведению специальных проектов, а также обоснование эффективности выбранного издания/канала. 4) Анализ возможных рисков информационной кампании проекта. 5) Предложения по взаимодействию и коммуникациям со СМИ и новыми медиа в дни фестиваля. <p>Оценивается как в сравнении с другими предложениями участников закупки, так и индивидуально, а именно:</p> <p>Высокая степень детализации предложения (предложение соответствует целям и задачам закупки и содержит детальное описание пунктов 1-5 из указанного выше перечня) – 45-70 баллов.</p> <p>Средняя степень детализации предложения (предложение соответствует целям и задачам закупки, но не содержит детальное описание одного из пунктов 1-5 из указанного выше перечня) – 20-44 баллов.</p> <p>Низкая степень детализации предложения (предложение соответствует целям и задачам закупки, но не содержит детальное описание двух и более пунктов 1-5 из указанного выше перечня) – 1-19 баллов.</p> <p>Описания подходов не предоставлено или не соответствует требованиям Заказчика - 0 баллов.</p> <p>Концепция, а также указанные в ней описания и подходы должны отвечать целям и задачам Проекта, указанным в Документации, а также ожиданиям целевой аудитории.</p>	<p>Максимум 70 баллов</p>
В2 _i	<p>Общая и профессиональная характеристика участника</p> <p>1. Опыт участника закупки по комплексному сопровождению проектов интернете, максимум 15</p>	<p>Максимум 30 баллов</p>

	<p>баллов</p> <p>Оценке подлежит наличие у участника закупки опыта исполнения контрактов (договоров) на оказание услуг по коммуникационному сопровождению проектов:</p> <p>Информационное сопровождение проектов в СМИ и/или</p> <p>PR-сопровождение (кампании),</p> <p>без применения мер ответственности за неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих обязательств в период с 01.01.2016 по дату окончания срока подачи заявок на участие в закупке.</p> <p>Оценивается на основании предоставленных участником закупки копий договоров/контрактов и актов о выполнении работ к данным договорам/контрактам за период с 01.01.2016 по дату окончания срока подачи заявок на участие в закупке. Копии указанных документов должны быть представлены в полном объеме (все страницы договора) со всеми приложениями, являющимися их неотъемлемой частью. Представленные участником закупки копии договоров/контрактов, исполнение которых не подтверждено документально, не учитываются при оценке.</p> <p>За каждый договор/контракт, документы по которому предоставлены в полном объеме, начисляется 3 балла.</p> <p>Договоры/контракты, не попадающие в указанную категорию, оценке не подлежат.</p> <p>2. Деловая репутация участника закупки, максимум 15 баллов.</p> <p>Оценке подлежит наличие и количество у участника закупки писем с положительными отзывами и благодарностями, подтверждающих наличие у участника закупки положительной репутации по информационному и/или коммуникационному сопровождению проектов в СМИ и новых медиа за период с 01.01.2016 по дату окончания срока подачи заявок на участие в закупке.</p> <p>За каждое предоставленное официальное письмо с положительным отзывом или благодарностью, начисляется 3 балла.</p> <p>Письма должны сопровождаться описанием проекта не более 2-слайдов в формате ppt.</p> <p>Письма с положительными отзывами и благодарностями, в которых не указан предмет выполненных работ, или он не соответствует указанному профилю, отсутствует дата составления, отсутствует сопровождение в презентации, оценке не подлежат.</p>	
Сумма максимальных значений всех показателей		100

Итоговый рейтинг каждой заявки рассчитывается путем сложения рейтингов по каждому критерию оценки заявки, умноженных на их значимость.

По результатам расчета итогового рейтинга по каждой заявке производится присуждение каждой заявке порядкового номера по мере уменьшения степени выгоды содержащихся в ней условий исполнения договора.

Заявке, набравшей наибольший итоговый рейтинг, присваивается первый номер.

Победителем закупки в форме запроса предложений признается участник закупки, который предложил лучшие условия исполнения договора и заявке которого присвоен первый номер.

В случае если несколько заявок набирают равное количество баллов, победителем запроса предложений признается участник закупки, подавший заявку раньше остальных.

На бланке организации
Дата, исх.номер

Коммерческое предложение

1. Изучив:

а) извещение о проведении закупки в форме запроса коммерческих предложений, размещенное в единой информационной системе в сети «Интернет» «___» _____ 202_г.,

б) документацию на право заключить Договор _____ (далее – документация),

в) а также применимые к данному запросу коммерческих предложений законодательные и иные нормативные правовые акты,

далее указывается:

_____ (фирменное наименование / наименование Участника закупки, организационно-правовая форма)

в лице _____,

(наименование должности представителя и его Ф.И.О.) действующего на основании _____,

подачей настоящего коммерческого предложения сообщает о согласии участвовать в запросе коммерческих предложений на условиях, изложенных в документации.

2. Мы согласны оказать услуги по _____ в соответствии с требованиями документации на условиях, которые указаны в настоящем коммерческом предложении.

3. Настоящим гарантируем достоверность представленной нами в Заявке информации и подтверждаем право Заказчика, не противоречащее требованию о формировании равных для всех участников закупки условий, запрашивать у нас, уполномоченных органов власти и у упомянутых в нашей Заявке юридических и физических лиц информацию, уточняющую представленные нами в ней сведения.

Заявка с предложениями подается с полным пониманием того, что может быть отклонена в связи с тем, что нами будут предоставлены неправильно оформленные документы или документы будут поданы не в полном объеме.

4. В случае если наши предложения будут признаны лучшими, мы берем на себя обязательства подписать Договор в соответствии с требованиями документации и условиями наших предложений в срок с _____ по _____.

5. Сообщаем, что для оперативного уведомления нас по вопросам организационного характера и взаимодействия с Заказчиком нами уполномочен _____ (Ф.И.О., телефон представителя участника закупки).

Все сведения о проведении запроса коммерческих предложений просим сообщать уполномоченному лицу.

6. Место нахождения _____, почтовый адрес _____, телефон _____, факс _____, банковские реквизиты _____, ОГРН _____, ОГРНИП _____, ИНН _____, КПП _____, ОКПО _____, ОКВЭД _____

7. Корреспонденцию в наш адрес просим направлять по адресу: _____.

Подпись участника закупки

(его уполномоченного представителя) _____ (ФИО)

М.П.

КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
на оказание услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

Часть I. ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКЕ КОНКУРСНОЙ ПРОЦЕДУРЫ

1. Наименование участника: _____
2. Адрес местонахождения участника:

3. Адрес Internet сайта участника:

4. Тел.: _____ E-mail: _____

5. ОГРН, ОГРНИП, ИНН, КПП, ОКПО, ОКВЭД, банковские и иных реквизиты
6. Предложение по цене Договора: _____ (_____) рублей.

Цена, указанная в нашем предложении, включает в себя стоимость услуг участника закупки, а также все налоги, сборы, пошлины и иные обязательные платежи, которые необходимо выплатить при исполнении Договора.

Мы согласны с тем, что в случае если нами не были учтены какие-либо расценки на оказание сопутствующих услуг, данные услуги будут в любом случае оказаны в полном соответствии с требованиями документации в пределах предлагаемой нами стоимости Договора.

Я подтверждаю, что предоставленная информация является полной и достоверной.

Подпись участника конкурсной процедуры
(его уполномоченного представителя) _____ (ФИО)

МП

Часть II. ИНФОРМАЦИЯ О ПРЕДЛОЖЕНИИ

по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

1. Сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

- Общая PR-концепция кампании, соответствующая целям и задачам закупки и требованиям к оказанию услуг.
- Предложение по сотрудничеству с возможными информационными партнерами (оценивается подход к выбору, обоснования, а также возможные форматы сотрудничества).
- Подходы к созданию и проведению специальных проектов, а также обоснование эффективности выбранного издания/канала.
- Анализ возможных рисков информационной кампании проекта.
- Предложения по взаимодействию и коммуникациям со СМИ и новыми медиа в дни фестиваля.

При описании подхода к оказанию услуг:

- *Опишите подходы к выбору СМИ,*
- *Опишите подходы к выбору системы мониторинга,*

2. Смета, содержащая разбивку по этапам реализации и стоимость каждого этапа услуг.

При составлении сметы необходимо руководствоваться нижеприведенной формой:

№	Наименование работ	Стоимость выполнения, руб.
Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.		
	Разработка контент-плана и первичное взаимодействие со СМИ и новыми медиа.	
	Разработка графика рассылки и осуществление распространения пресс-релизов, статей, интервью, анонсов, комментариев экспертов по базе СМИ и новых медиа.	
	Обеспечить выход не менее 400 (четыреста) публикаций в СМИ и новых медиа.	
	Создание и распространение информационных материалов – не менее 20 (двадцать).	
	Создание плана выхода интервью на весь проект. План должен включать не менее 8 (восемь) интервью на ТВ, радио, в деловых, научно-популярных и развлекательных изданиях, а также календарь проведения с указанием возможных тем и спикеров.	
	Создание плана-графика и проведение еженедельного мониторинга упоминаний проекта Rukami в СМИ и новых медиа.	
	Создание и публикация не менее 1 (один) интервью о проекте Rukami в СМИ.	
	Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать).	
	Создание плана и календаря участия в ключевых профессиональных премиях.	
Всего по этапу 1		
Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukami, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года. 1 октября – 15 ноября 2020 года.		
	Создание информационных материалов – не менее 20 (двадцать), в том числе не менее 5 (пять) в дни проведения Фестиваля.	

	Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа	
	Обеспечение выхода не менее 500 (пятьсот) публикаций в СМИ и новых медиа, в том числе не менее 200 (двести) публикаций по итогам фестиваля.	
	Организация и публикация не менее 6 интервью о проекте в СМИ и новых медиа с руководителями проекта, кружкового движения, спикерами и партнерами и участниками в дни проведения Фестиваля.	
	Реализация не менее 1 (один) специального проектов в СМИ или новых медиа	
	Приглашение и обеспечение участия не менее 20 (двадцать) журналистов из федеральных и городских на Фестивале	
	Привлечение не менее 20 (двадцать) информационных партнеров из федеральных и городских изданий на Фестиваль и организация работы с ними	
	Размещение информации о Фестивале на не менее, чем 10 (десять) событийных сайтах-агрегаторах, публикующих материалы о Московских и Подмосковных мероприятиях	
	Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukami в СМИ и новых медиа (за неделю до и в течение недели после фестиваля – ежедневный)	
	Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать).	
Всего по этапу 2		
Этап 3. Информационная кампания после фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года		
	Создание информационных материалов – не менее 5 (пять).	
	Создание и публикация не менее 1 (один) интервью о проекте Rukami в СМИ.	
	Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа.	
	Обеспечение выхода не менее 100 (сто) публикаций в СМИ и новых медиа.	
	Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukami в СМИ и новых медиа.	
	Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать).	
Всего по этапу 3		
ИТОГО		

Подпись участника конкурсной процедуры
(его уполномоченного представителя) _____ (ФИО)
М.П.

На бланке организации

Дата, исх.номер

Настоящим _____ (наименование Участника закупки) подтверждает, что соответствует требованиям, установленным к участникам закупки _____ (наименование закупки), в части:

а) непроведения ликвидации участника закупки – юридического лица и отсутствия решения арбитражного суда о признании участника закупки – юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства;

б) неприостановления деятельности участника закупки в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, на день подачи заявки на участие в закупке в форме запроса коммерческих предложений;

в) отсутствия у участника закупки задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды за прошедший календарный год, размер которой превышает 25% балансовой стоимости активов участника закупки по данным бухгалтерской отчетности за последний завершенный отчетный период.

Подпись участника закупки

(его уполномоченного представителя) _____ (ФИО)

М.П.

Договор № _____
возмездного оказания услуг

г. Москва

«__» _____ 20__ г.

Фонд поддержки проектов Национальной технологической инициативы, именуемый в дальнейшем «Заказчик», в лице Генерального директора Руженского Кирилла Алексеевича, действующего на основании Устава, с одной стороны, и _____, именуемое (-ый, -ая) в дальнейшем «Исполнитель», в лице _____ действующего (ей) на основании _____, с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», а по отдельности – «Сторона», достигнув взаимного согласия по всем пунктам настоящего Договора, заключили Договор (далее – «Договор») о нижеследующем:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

- 1.1. По настоящему Договору Исполнитель обязуется по заданию Заказчика оказать по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа (далее – «Услуги»), а Заказчик обязуется принять и оплатить эти Услуги. Подробное описание и требования к Услугам указаны в Приложении № 1 к Договору: Требования к оказанию услуг.
- 1.2. Место оказания услуг: _____.
- 1.3. Идентификатор договора о предоставлении субсидии – _____.

2 ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1 Исполнитель обязан:

- 2.1.1 приступить к оказанию Услуг в срок, определенный п. 4.1. настоящего Договора;
- 2.1.2 оказать Услуги своевременно, надлежащего качества, в соответствии с Техническим заданием (Приложение № 1 к настоящему Договору);
- 2.1.3 незамедлительно письменно информировать Заказчика о любых обстоятельствах и/или событиях, которые могут повлиять на исполнение Сторонами обязательств по Договору;
- 2.1.4 совместно с Заказчиком определять оптимальные решения вопросов, связанных с исполнением Договора, и способы достижения положительного для Заказчика результата;
- 2.1.5 знакомить Заказчика, по его требованию, с ходом оказания Услуг в рамках настоящего Договора;
- 2.1.6 гарантировать Заказчику возможность использования полученной в ходе исполнения договора информации без нарушения прав третьих лиц;
- 2.1.7 назначить ответственное лицо для решения всех вопросов, связанных с исполнением обязательств по настоящему Договору;
- 2.1.8 сдать по Акту сдачи-приемки услуг результаты оказания Услуг по каждому из этапов, предусмотренных настоящим Договором;
- 2.1.9 В течение 1 (Одного) рабочего дня с даты заключения настоящего Договора предоставить Заказчику справку о цепочке собственников, включая бенефициаров, в том числе, конечных, по форме, приведенной в Приложении № 6 к настоящему Договору;
- 2.1.10 Обеспечить соответствие разработанных рекламных материалов требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

2.2 Исполнитель вправе:

- 2.2.1 привлекать для оказания Услуг третьих лиц по согласованию с Заказчиком. Ответственным лицом за действия/бездействия третьих лиц перед Заказчиком остается Исполнитель;
- 2.2.2 получать у Заказчика информацию и разъяснения по возникшим вопросам в ходе оказания Услуг в объеме, необходимом для оказания Услуг по настоящему Договору.
- 2.3 Заказчик обязан:
- 2.3.1 принять у Исполнителя оказанные Услуги в порядке, предусмотренном разделом 5 Договора;
- 2.3.2 оплачивать Услуги Исполнителя в порядке, сроки и в размерах, установленных настоящим Договором.
- 2.4 Заказчик вправе:
- 2.4.1 осуществлять контроль над процессом оказания Услуг по Договору, проверять ход и качество оказания Услуг без вмешательства в оперативно-хозяйственную деятельность Исполнителя;
- 2.4.2 в любое время отказаться от исполнения настоящего Договора на основании статьи 782 Гражданского кодекса Российской Федерации.

3 СТОИМОСТЬ УСЛУГ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

- 3.1 Общая стоимость Услуг определена Сметой (Приложение № 3 к Договору) и составляет _____ (_____ рублей ____ копеек), в том числе НДС, исчисленный по ставке согласно п.3 ст. 164 НК РФ _____ (_____ рублей ____ копеек).
Вариант: Общая стоимость Услуг определена Сметой и составляет _____ (_____ рублей ____ копеек). НДС не облагается ввиду применения исполнителем упрощенной системы налогообложения в соответствии с положениями главы 26.2 НК РФ.
- 3.2 Стоимость каждого этапа определена Сметой (Приложение №3 Договора).
- 3.3 В общую стоимость Услуг входят все расходы Исполнителя, связанные с исполнением своих обязательств по настоящему Договору.
- 3.4 Оплата услуг, принятых Заказчиком, осуществляется в течение 10 (Десяти) рабочих дней от даты приемки результата Услуг по каждому из этапов в соответствии с Приложением №__ к Договору и на основании счета Исполнителя.
- 3.5 Исполнитель, одновременно с передачей Акта сдачи-приемки, в соответствии с п. 5.2. Договора, предоставляет Заказчику счет. В течение 5 (Пяти) календарных дней после подписания Сторонами Акта-сдачи приемки Исполнитель передает Заказчику счет-фактуру (для контрагентов на ОСНО), оформленный в соответствии с действующим законодательством.
- 3.6 Счёт, выставленный Исполнителем, оформляется в российских рублях, и должен содержать:
- ссылку на номер и дату Договора;
 - идентификатор соглашения о предоставлении субсидии;
 - наименование услуг;
 - период выполнения услуг/номер этапа;
 - сумму платежа без учета НДС;
 - ставку и сумму НДС (для контрагентов на ОСНО);
 - сумму платежа с учетом НДС (для контрагентов на ОСНО);
 - банковские реквизиты Исполнителя.
- 3.7 Обязанность Заказчика по оплате считается исполненной в момент списания денежных средств с лицевого счета Заказчика, открытого в территориальном отделении Федерального казначейства.
- 3.8 В случае изменения расчетного счёта, Исполнитель обязан в течение 3 (Трёх) рабочих дней в письменной форме сообщить об этом Заказчику, с указанием новых реквизитов

расчетного счета. В противном случае, все риски, связанные с перечислением денежных средств на указанный в настоящем Договоре расчетный счет, несет Исполнитель.

Каждая сторона самостоятельно оплачивает сборы и комиссии обслуживающего её банка

4 СРОКИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

4.1 Срок оказания Услуг:

Начало: дата заключения настоящего Договора (дата, указанная в верхнем правом углу титульного листа настоящего Договора);

Окончание: «11» декабря 2020 г.

4.2 Исполнитель обязан приступить к оказанию Услуг с момента, указанного в пункте 4.1 настоящего Договора.

4.3 Срок оказания услуг по каждому из этапов определен Поэтапным графиком оказания услуг (Приложение № 4 к Договору).

5 ПОРЯДОК СДАЧИ-ПРИЕМКИ УСЛУГ

5.1 Результат оказания услуг Исполнитель обязан сдать по Акту сдачи-приемки услуг в течение 5 (Пяти) рабочих дней с даты завершения очередного этапа, определенного настоящим Договором.

5.2 В срок сдачи, определенный пунктом 5.1. настоящего Договора, Исполнитель передает на утверждение Заказчику Акт сдачи-приемки услуг (по форме Приложения № 2 к Договору), Отчет об оказанных услугах (по форме Приложения № 5 к Договору), в двух экземплярах и подписанные со своей стороны, а также подтверждающие документы по Договору.

5.3 Заказчик принимает результат услуг в течение 10 (Десяти) рабочих дней со дня получения документов, указанных в п. 5.2. настоящего Договора. По результатам приемки, Заказчик направляет Исполнителю либо подписанные Акт сдачи-приемки услуг и Отчет об оказанных услугах (Отчет), либо мотивированный отказ от приемки Услуг.

5.4 В случае мотивированного отказа Заказчика от приемки Услуг, Заказчиком составляется перечень необходимых доработок и сроков их выполнения. Предусмотренный настоящей статьей Договора мотивированный отказ от подписания Акта сдачи-приемки услуг может быть направлен Заказчиком посредством электронной почты на адрес Исполнителя, указанный в пункте 5.6. настоящего Договора.

Основанием для отказа от приёмки оказанных услуг и подписанием первичных документов Заказчиком является:

- несоответствие результата оказанных Исполнителем услуг требованиям действующего законодательства Российской Федерации, утвержденным нормам и правилам, условиям настоящего Договора и указаниям Заказчика;
- несоответствие предоставленных отчетных документов требованиям действующего законодательства Российской Федерации и (или) настоящего Договора, включая установленный настоящим Договором формат документов;
- несоответствие фактического объёма оказанных Исполнителем услуг, объёмом, указанным в предоставленных документах.

5.5 Доработки по мотивированному отказу производятся Исполнителем за свой счет, в срок не позднее 5 (Пяти) рабочих дней с даты получения мотивированного отказа. Повторное предъявление и повторная приемка результатов оказания Услуг после проведения доработок осуществляется в порядке, установленном для первоначальной сдачи-приемки Услуг.

5.6 Контактные лица:

От Заказчика – _____ @ _____;

От Исполнителя – _____ @ _____.

6 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

- 6.1 В случае нарушения Заказчиком установленных сроков оплаты по настоящему Договору, Заказчик уплачивает Исполнителю пени в размере 0,1% (Ноль целых одна десятая процента) от неоплаченной суммы за каждый день просрочки, но не более 10% от суммы задолженности.
- 6.2 В случае нарушения Исполнителем конечных или промежуточных сроков оказания Услуг и/или нарушения сроков предоставления Акта сдачи-приемки оказанных Услуг и отчета, Исполнитель уплачивает Заказчику неустойку в размере 0,1% от суммы не оказанных в срок Услуг за каждый день просрочки, и/или 0,1% от общей суммы Договора за каждый день просрочки предоставления Акта сдачи-приемки услуг и Отчета, но не более 10% от указанной суммы. В случае, если просрочка в сдаче Услуг / отчетности составляет более 20 (двадцати) календарных дней, Заказчик имеет право отказаться от приемки Услуг и исполнения Договора, потребовать возмещения убытков от Исполнителя.
- 6.3 В случае невыполнения Исполнителем ключевых показателей эффективности («Ключевые показатели эффективности (КPI)»), определенных в Приложении №1 к Договору, Заказчик вправе взыскать с Исполнителя неустойку, рассчитываемую по следующей формуле:

$$\text{Неустойка} = \frac{\text{Плановый КPI} - \text{Фактический КPI}}{\text{Плановый КPI}} \times \frac{\text{Цена Договора}}{\text{Число Плановых КPI}}$$

- 6.4 Возмещение убытков в случае неисполнения обязательства и уплата неустойки за его неисполнение не освобождают должника от исполнения обязательства в натуре, если Стороны не договорились об ином.
- 6.5 Убытки могут быть взысканы в полном объеме сверх неустойки.
- 6.6 Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий настоящего Договора в соответствии с законодательством Российской Федерации.
- 6.7 Заказчик вправе удерживать суммы санкций, начисленных Исполнителю в соответствии с настоящим Договором и законодательством Российской Федерации, при осуществлении расчетов по Договору.

7 ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ

- 7.1 Стороны освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему Договору в случае, если докажут, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств (пункт 3 статьи 401 Гражданского кодекса Российской Федерации).
- 7.2 При возникновении обстоятельств непреодолимой силы, Сторона, определившая невозможность исполнения своих обязательств, обязана без промедления известить другую Сторону в письменной форме о возникновении таких обстоятельств. В извещении должны быть сообщены данные о характере обстоятельств, а также по возможности оценка их влияния на возможность исполнения обязательств по настоящему Договору и срок исполнения обязательств.
- 7.3 Сторона, ссылающаяся на обстоятельства непреодолимой силы, должна передать другой Стороне документальное подтверждение их наличия.
- 7.4 В случаях наступления обстоятельств непреодолимой силы срок выполнения Сторонами обязательств по настоящему Договору отодвигается соразмерно времени, в течение которого действуют такие обстоятельства и/или их последствия.

8 РАССМОТРЕНИЕ СПОРОВ

- 8.1 Любой спор, вытекающий из настоящего Договора или в связи с ним, в том числе касающийся его исполнения, нарушения, прекращения или недействительности, подлежит разрешению в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации в Арбитражном суде города Москвы.
- 8.2 Стороны обязуются принять меры по досудебному урегулированию путем направления письменной претензии. Претензия подписывается уполномоченным представителем

Стороны и должна быть направлена способом, позволяющим достоверно подтвердить факт ее получения другой Стороной (под роспись, с уведомлением о вручении и т.д.).

Ответ на претензию также подписывается уполномоченным представителем Стороны и направляется в письменной форме способом, аналогичным способу отправки претензии. Неполучение ответа на претензию в течение 20 (двадцати) календарных дней с момента ее направления рассматривается как отказ в удовлетворении претензии.

При отказе в удовлетворении претензии или неполучении ответа на нее по истечении 20 (двадцати) календарных дней с момента ее направления, Сторона, направившая претензию, вправе обратиться в суд.

9 ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ

- 9.1 При исполнении своих обязательств по настоящему Договору Стороны, их аффилированные лица, работники или посредники соблюдают требования антикоррупционного законодательства и законодательства о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем.

В случае возникновения у Стороны подозрений, что произошло или может произойти нарушение каких-либо положений настоящего пункта, соответствующая Сторона обязуется уведомить другую Сторону в письменной форме. После письменного уведомления соответствующая Сторона имеет право приостановить исполнение обязательств по настоящему Договору до получения подтверждения, что нарушения не произошло или не произойдет. Это подтверждение должно быть направлено в течение 10 (десяти) рабочих дней с даты направления письменного уведомления.

В письменном уведомлении Сторона обязана сослаться на факты или предоставить материалы, достоверно подтверждающие или дающие основание предполагать, что произошло или может произойти нарушение требований антикоррупционного законодательства или законодательства о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем.

- 9.2 В случае нарушения одной Стороной обязательств воздерживаться от запрещенных в пункте 9.1 настоящего Договора действий и/или неполучения другой Стороной в установленный срок подтверждения, что нарушения не произошло или не произойдет, другая Сторона имеет право расторгнуть договор в одностороннем порядке полностью или в части, направив письменное уведомление о расторжении. Сторона, по чьей инициативе был расторгнут настоящий Договор в соответствии с положениями настоящего пункта, вправе требовать возмещения реального ущерба, возникшего в результате такого расторжения.

10 ПРАВА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 10.1 Исключительные права на использование результатов интеллектуальной деятельности (далее – «РИД»), созданных по настоящему Договору, в любой форме любыми способами принадлежат Заказчику в полном объеме на весь срок действия исключительного права без ограничения территории использования (статья 1296 Гражданского кодекса Российской Федерации).
- 10.2 Исключительные права на РИД по настоящему Договору считаются принадлежащими Заказчику с момента их создания.
- 10.3 Право собственности на материальный носитель возникает у Заказчика с момента подписания Акта сдачи-приемки Услуг. Риск случайной гибели материального носителя несет Заказчик с момента возникновения права собственности.
- 10.4 Исполнитель гарантирует, что РИД, созданные по настоящему Договору, свободны от прав третьих лиц, что им заключены соответствующие договоры (и/или получены разрешения) с правообладателями, а также иными лицами, права которых могли быть затронуты при создании и использовании РИД по настоящему Договору.
- 10.5 В случае предъявления третьими лицами каких-либо требований и/или претензий в отношении использования РИД в соответствии с настоящим Договором, всю ответственность по таким требованиям и/или претензиям несет Исполнитель.
- 10.6 Исполнитель гарантирует, что авторы РИД состояли на момент создания РИД в трудовых отношениях с Исполнителем, что созданные РИД являются служебными и исключительное

право на служебные РИД принадлежит работодателю (Исполнителю) или, что авторы создали РИД на основании гражданско-правового договора, по которому исключительное право на созданные РИД принадлежит заказчику (Исполнителю).

- 10.7 В случае выявления необходимости приобретения права использования РИД для целей исполнения обязательств по Договору, Исполнитель обязан информировать об этом Заказчика, указав при этом РИД, его правообладателя, цель приобретения права и необходимый объем использования.
- 10.8 Исполнитель имеет право приостановить оказание услуг с целью недопущения нарушения прав третьих лиц на РИД. При этом приостанавливается оказание услуг по Договору.
- 10.9 Заказчик обязан в срок не более 10 (Десяти) рабочих дней с даты получения уведомления принять решение о необходимости приобретения права, и известить Исполнителя о принятом решении.
- 10.10 Оплата приобретаемого права осуществляется за счет Заказчика дополнительно к стоимости Услуг по настоящему Договору, если Стороны придут к выводу, что на момент заключения Договора Исполнитель и Заказчик не могли предвидеть необходимость приобретения права на РИД, принадлежащего третьим лицам, который будет использован при оказании услуг по Договору.
- 10.11 В случае выявления в ходе оказания Услуг по настоящему Договору иных охранно-способных РИД Исполнитель должен письменно уведомить об этом Заказчика. Заказчик в течение 10 (Десяти) рабочих дней принимает решение о закреплении прав на РИД за Заказчиком и/или Исполнителем. Решение о закреплении прав на РИД, принятое Заказчиком, определяется дополнительным соглашением к Договору в соответствии с законодательством Российской Федерации.

11 ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ СТОРОН

- 11.1 Стороны пришли к соглашению о том, что по настоящему Договору возможен электронный обмен документами в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, в том числе Гражданским кодексом Российской Федерации, Налоговым кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об электронной подписи» №63-ФЗ от 06.04.2011, применимыми нормативно-правовыми актами Минфина России и ФНС России (в части определения порядка обмена и форматов электронных документов).
- 11.2 Электронные документы, которыми обмениваются Стороны по настоящему Договору, должны быть подписаны квалифицированной электронной подписью, имеющей сертификаты ключа проверки электронной подписи, выданные аккредитованным удостоверяющим центром в соответствии с Федеральным законом от 06.04.2011 №63-ФЗ «Об электронной подписи».
- 11.3 Стороны определили уполномоченным оператором электронного документооборота Сторон - АО «ПФ «СКБ Контур» ОГРН 1026605606620 ИНН 6663003127 (правообладатель программы для ЭВМ «Диадок», свидетельство о государственной регистрации прав от _____ № _____).
- 11.4 Стороны осуществляют электронный документооборот с использованием системы электронного документооборота «Диадок», либо иной системы электронного документооборота, предоставляющей возможность осуществления электронного документооборота с системой «Диадок» (правообладатель программы для ЭВМ «Диадок» АО «ПФ «СКБ Контур» ОГРН 1026605606620 ИНН 6663003127).
- 11.5 В случае технического сбоя внутренних систем какой-либо Стороны, и/или недоступности системы оператора электронного документооборота, и/или недоступности каналов связи, и/или по иной технической причине, не зависящей от воли такой Стороны, соответствующая Сторона обязуется в течение 1 (одного) рабочего дня, с момента наступления какого-либо из указанных событий уведомить по электронной почте, указанной в пункте ____ Договора, соответствующую информацию о невозможности обмена документами в электронном виде и форме, подписанными квалифицированной электронной подписью.
- 11.6 Стороны признают, что электронные документы, подписанные квалифицированной электронной подписью каждой из Сторон, равнозначны документам на бумажных носителях, подписанным собственноручной подписью уполномоченного представителя

каждой из Сторон, являются юридически-значимым документами (сообщениями) согласно ст. 165.1. Гражданского Кодекса и считаются доставленными адресату, если отправлены в порядке, определенном настоящим Договором для соответствующих сообщений и/или документов и/или уведомлений. Стороны признают доказательственное значение электронного документа, подписанного квалифицированной электронной подписью, как относимого, допустимого и достоверного доказательства, в том значении, в котором оно понимается положениями процессуального законодательства Российской Федерации. Каждая из Сторон несет ответственность за обеспечение конфиденциальности ключей квалифицированной электронной подписи, недопущение использования принадлежащих ей ключей без ее согласия.

- 11.7 Если в сертификате квалифицированной электронной подписи не указан орган или физическое лицо, действующее от имени организации при подписании электронного документа, то в каждом случае получения подписанного электронного документа получающая такой документ Сторона добросовестно исходит из того, что документ подписан от имени направляющей Стороны надлежащим лицом, действующим в пределах, имеющихся у него полномочий. Документ, подтверждающий полномочия, должен быть предоставлен по требованию получающей Стороны в течение 3 (трех) календарных дней с момента получения от неё соответствующего требования.
- 11.8 Стороны подтверждают, что отсутствие ответных действий от получившей документ Стороны не является ее согласием (акцептом оферты) с содержанием документа и не заменяет подписание документа квалифицированной электронной подписью.
- 11.9 Организация, предусмотренного настоящим пунктом Договора, электронного документооборота между Сторонами не отменяет возможности подписания документов собственноручной подписью уполномоченных представителей Сторон на бумажных носителях.

12 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 12.1 Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания последней Стороной и действует до полного выполнения Сторонами своих обязательств.
- 12.2 Во всем, не упомянутом в настоящем Договоре, Стороны руководствуются законодательством Российской Федерации.
- 12.3 Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному экземпляру для каждой из Сторон.
- 12.4 Все изменения и дополнения к настоящему Договору согласовываются, оформляются в письменном виде и подписываются Сторонами.
- 12.5 Стороны обязаны извещать друг друга об изменении адреса своего наименования, местонахождения, номеров контактных телефонов и факсов, а также банковских и иных реквизитов не позднее 5 (Пяти) календарных дней с даты их изменения, об изменении адресов электронной почты – в течение 12 часов с момента их изменения. При нарушении этого обязательства, сообщения (оплата), направленные по указанным в настоящем Договоре реквизитам, считаются сделанными надлежащим образом.
- 12.6 К настоящему Договору прилагаются и являются его неотъемлемой частью следующие приложения:
 - Приложение №1 – Требования к оказанию услуг;
 - Приложение №2 – Форма Акта сдачи-приемки услуг;
 - Приложение №3 – Смета;
 - Приложение №4 – Поэтапный график оказания услуг;
 - Приложение №5 – Форма отчета об оказанных услугах;
 - Приложение №6 – Форма справки о цепочки собственников, включая бенефициаров, в том числе, конечных.

13 РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

Заказчик:

Исполнитель:

Фонд поддержки проектов Национальной
технологической инициативы
123242, город Москва,
М. Конюшковский переулок, дом 2
ОГРН 1167700062529
ИНН 7703415058
КПП 770301001
Лицевой счет №
в Управлении Федерального казначейства
по г. Москве

Генеральный директор

_____ / К.А. Руженский /

_____ / _____ /

Требования к оказанию услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Аккаунт – это учетная запись на сайте, портале или в мобильном приложении.

Блог – веб-сайт, основное содержимое, которого — регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа.

Блогер – это человек, который ведет в интернете свой блог.

Кружковое движение НТИ (также – Кружковое движение, <https://kruzhok.org>) – это всероссийское сообщество энтузиастов технического творчества, построенное на принципе горизонтальных связей людей, идей и ресурсов. Кружковое движение НТИ решает задачу формирования в России следующего поколения предпринимателей, инженеров, ученых, управленцев, ядром которого должны стать выходцы из кружков – энтузиасты, обладающие высоким уровнем профессионализма, способные задумывать и реализовывать проекты, доводить их до результата, создавать новые организационные решения и технологические компании, направленные на развитие России и всего мира. Дорожная карта «Кружковое движение» НТИ была создана, чтобы обеспечить формирование к 2025 г. сообщества из 500 000 талантов, технологических энтузиастов, предпринимателей нового типа.

ЛОМ – лидеры общественного мнения, персоны, обладающим высоким авторитетным мнение в кругу целевой аудитории проекта.

Медиаплан – документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки (таргетинги) и рекомендуемые форматы размещения рекламы.

Мейкеры – (от английского слова make) малые изобретатели, создающие совершенно новые продукты с использованием несложных и подручных средств и технологий.

Мемы – слова или изображения в остроумной и иронической форме, спонтанно приобретающие популярность, распространяясь в Интернете разнообразными способами (посредством социальных сетей, форумов, блогов, мессенджеров и пр.)

Негатив – сообщение в информационном поле, размещенное в СМИ и/или социальных сетях, направленное против проекта и его реализации.

Национальная технологическая инициатива (НТИ) (сайт – <https://nti2035.ru>) – государственная программа мер по поддержке развития в России перспективных отраслей, которые в течение следующих 20 лет могут стать основой мировой экономики.

Новые медиа – интерактивные электронные издания, отличающиеся от традиционных СМИ, формой коммуникаций и взаимодействия с потребителями контента. Могут быть не зарегистрированы как СМИ. Главным в таких медиа является не информация, то есть содержание, а общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план.

Проект «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) (сайт – <https://rukamifest.com>) – это некоммерческий проект, инициированный АО «РВК» и реализуемый Фондом поддержки проектов НТИ. Проект

утвержден Советом при Президенте РФ по модернизации экономики и инновационному развитию России в 2018 году как ключевой проект по реализации дорожной карты Кружкового движения Национальной технологической инициативы. Проект направлен на привлечение внимания молодежи и широкой аудитории к техническому творчеству, мейкерству, созданию собственных проектов в кружках.

Включает серию региональных мероприятий, демонстрирующих проекты технического творчества, лучшие из которых представят свои изобретения в Москве. Ключевое событие проекта – Международный фестиваль Rukami - собирает технологических энтузиастов из России и зарубежных стран, объединяет лучшие практики и форматы. В рамках проекта проводится образовательно-нетворкинговая программа для руководителей кружков, которая позволяет им не только привлекать новую аудиторию, но и удерживать ее, формируя устойчивое сообщество.

Популяризация – качественное и количественное вовлечение новых членов сообщества технологических энтузиастов. Включает в себя как популяризацию идей мейкерства и продвижение Кружкового движения НТИ, так и информационные кампании мероприятий проекта.

Пост в интернете - это любая статья или запись на интернет странице. Название "пост" произошло от английского "post", что в переводе на русский язык означает "размещать", "публиковать".

Репост – это повторная публикация какого-либо сообщения в пределах одного ресурса.

Скриншот – изображение, полученное устройством и показывающее в точности то, что видит пользователь на экране монитора или другого визуального устройства вывода.

Тематическая серия – публикации размещенные в формате периодических серий публикаций (рубрик), оформленные иллюстративными материалами в индивидуальном стиле.

Технологические энтузиасты – люди, занимающиеся инженерным и техническим творчеством, старающиеся с помощью своих разработок решить конкретную социальную проблему, сделать жизнь лучше.

Уникальный посетитель – это пользователь интернета, который впервые за определенный промежуток времени (например, за сутки) зашел на какой-либо сайт с конкретного компьютера и с конкретного браузера.

Управление негативом – осуществить комплекс мер – составление плана действий, подготовка контраргументов, публикация контраргументов и оперативный мониторинг развития событий в контексте данного инцидента.

Digital-сфера (применительно к СМИ) – использование новых медиа для продвижения бренда/продукции/бизнес-организации и пр.

GIF – популярный растровый формат графических изображений. Способен хранить сжатые данные без потери качества в формате не более 256 цветов.

2. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

2.6 **Предмет** – информационное сопровождение проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) (далее – Проект) в СМИ и новых медиа (далее по тексту – Информационная кампания/кампания).

2.7 **Период оказания услуг:** с даты заключения Договора по 11 декабря 2020 года.

2.8 **Целевая аудитория информационной кампании:**

- 8-20 лет: вовлеченные и невовлеченные в техническое творчество и Кружковое движение НТИ школьники и студенты, молодые мейкеры;
- 22-30 лет: аспиранты технических направлений, молодые ученые и инженеры (точные и технические науки), преподаватели, технологические энтузиасты;
- 30-45 лет – преимущественно, родители школьников, представители бизнеса и органов государственной власти, технологические энтузиасты, наставники, участники технологических кружков, ЦМИТов, фаблабов, кванториумов, мэйкерплейсов;
- посетители и участники фестивалей (Geek-picnic, Maker Faire, Политех и т.п.).

Подробная детализация вышеуказанной целевой аудитории будет представлена Заказчиком по электронной почте в течение 5 (пяти) дней после заключения Договора.

2.9 Цели и задачи информационной кампании.

Цели – увеличение количества участников кружкового движения НТИ, резидентов технологических кружков (ресурсных центров), посетителей мероприятий проекта.

Задачи:

- Системное освещение деятельности Заказчика;
- Выстраивание коммуникации с целевыми аудиториями, рост доверия к бренду, проекту и инициативам;
- Повышение уровня упоминаемости и увеличение количества публикаций позитивной тональности о проекте Rukami, Кружковом движении НТИ, технических энтузиастах и их проектах в СМИ и новых медиа;

2.10 Ожидаемый результат от проведения информационной кампании.

Ключевые показатели эффективности (KPI) кампании:

Количество созданных информационных материалов – не менее 45 (сорока пяти);
 Количество вышедших публикаций в федеральных и региональных СМИ с упоминанием проекта – не менее 1000 (одной тысячи);
 Количество интервью – не менее 8 (восьми);
 Количество специальных проектов – не менее 1 (одного);
 Участие в профессиональных премиях – не менее 3 (трех).

3. ПЕРЕЧЕНЬ УСЛУГ И ТРЕБОВАНИЯ К НИМ

3.1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.

3.1.1. Разработка контент-плана и первичное взаимодействие со СМИ и новыми медиа. Исполнитель составляет базу релевантных СМИ и новых медиа, разделенную на тематические блоки с указанием наиболее перспективных и эффективных с точки зрения охвата и аудитории изданий.

3.1.2. Разработка графика рассылки и осуществление распространения пресс-релизов, статей, интервью, анонсов, комментариев экспертов (далее – информационные материалы) по базе СМИ и новых медиа. База должна содержать не менее 1 000 (одной тысячи) контактов журналистов, разделенных по тематическим блокам.

3.1.3. Создание и распространение информационных материалов – не менее 20 (двадцати).

3.1.4. Создание плана выхода интервью на весь проект. План должен включать не менее 10 интервью на ТВ, радио, в деловых, научно-популярных и развлекательных изданиях, а также календарь проведения с указанием возможных тем и спикеров.

3.1.5. Создание и публикация не менее 1-го интервью о проекте Rukami в СМИ. Интервью должно выйти на одной из площадок, входящих ТОП-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов либо в топ-10 самых цитируемых журналов по рейтингу портала

Медиалогия, либо в издании с аудиторией не менее 1 000 000 (один миллион) уникальных посетителей в месяц.

3.1.6. Обеспечить выход не менее 400 (четыреста) публикаций в СМИ и новых медиа.

3.1.7. Создание плана-графика и проведение еженедельного мониторинга упоминаний проекта Rukamі в СМИ и новых медиа. Система мониторинга предлагается Исполнителем и согласовывается с Заказчиком (не менее 2 (двух) систем). Запуск, тестирование и последующая корректировка формата мониторинга при необходимости.

3.1.8. Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов Проекта – не более 30 (тридцати) за этап.

3.1.9. Создания календаря мероприятий для интеграции представителей Проекта – не менее 5 (пяти) мероприятий.

3.1.10. Создание плана и календаря участия в ключевых профессиональных премиях. План должен включать не менее 3 (трех) мероприятий. Исполнитель готовит заявку и презентацию для участия в представленных и согласованных с Заказчиком мероприятиях. Заявка готовится в зависимости от даты приема заявок, а также от даты проведения премии.

3.2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukamі, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года (далее – Фестиваль). 1 октября – 15 ноября 2020 года.

3.2.1. Создание информационных материалов – не менее 20 (двадцати), в том числе не менее 5 (пяти) в дни проведения Фестиваля.

3.2.2. Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа. База должна содержать не менее 1000 (одна тысяча) контактов журналистов, разделенных по тематическим блокам.

3.2.3. Организация и публикация не менее 6 (шести) интервью о проекте в СМИ и новых медиа с руководителями проекта, кружкового движения, спикерами и партнерами и участниками в дни проведения Фестиваля. Интервью должны выйти на телевидении, в развлекательных, научно-популярных или информационно-деловых изданиях (федеральных и региональных). Не менее 1 (один) интервью должны выйти в СМИ, входящих в ТОП-10 цитируемых интернет-ресурсов рейтинга Медиалогия, либо не менее 1 (один) интервью – в информационном агентстве, входящем в ТОП-3 рейтинга Медиалогия самых цитируемых информационных агентств; не менее 1 интервью должно выйти в научно-популярных и/или лайфстайл изданиях с аудиторией не менее 1 000 000 (один миллион) уникальных посетителей в месяц. Перечень СМИ и новых медиа должен включать не только издания Москвы и Московского региона.

3.2.4. Обеспечить выход не менее 500 (пятьсот) публикаций в СМИ и новых медиа, в том числе не менее 200 (двести) публикаций по итогам Фестиваля.

3.2.5. Реализация не менее 1 (один) специального проекта в СМИ или новых медиа. Издания предлагаются и обосновываются Исполнителем. Целевая аудитория должна соответствовать целевой аудитории проекта. Аудитория СМИ или нового медиа – не менее 3 000 000 (три миллиона) уникальных посетителей в месяц.

3.2.6. Приглашение и обеспечение участия не менее 20 (двадцать) журналистов из федеральных и городских СМИ и новых медиа на Фестивале.

3.2.7. Привлечение не менее 20 (двадцать) информационных партнеров из федеральных и городских (локация – Москва) изданий на Фестиваль и организация работы с ними.

3.2.8. Размещение информации о Фестивале на не менее, чем 10 (десять) событийных сайтах-агрегаторах, публикующих материалы о Московских и Подмосковных мероприятиях.

3.2.9. Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukamі в СМИ и новых медиа (за неделю до и в течение недели после фестиваля – ежедневный).

3.2.10. Подготовка отчета о проведении информационной кампании Фестиваля. Отчет должен отражать количество выходов в СМИ и новых медиа новостей о фестивале, имиджевый фотоотчет (презентация, инфографика), ключевые публикации, количество инфопартнеров.

3.2.11. Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать) за этап.

3.3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года.

3.3.1. Создание информационных материалов – не менее 5 (пять).

3.3.2. Создание и публикация не менее 1 (один) интервью о проекте Rukamі в СМИ и новых медиа. Интервью должно выйти на одной из площадок, входящих топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов либо в топ-10 самых цитируемых журналов по рейтингу портала Медиалогия, либо в издании с аудиторией не менее 1 000 000 (один миллион) уникальных посетителей в месяц.

3.3.3. Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа. База должна содержать не менее 1 тыс. контактов журналистов, разделенных по тематическим блокам.

3.3.4. Обеспечить выход не менее 100 (сто) публикаций в СМИ и новых медиа.

3.3.5. Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukamі в СМИ и новых медиа.

3.3.6. Подготовка итогового отчета о проведении информационной кампании Фестиваля.

3.3.7. Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать) за этап.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИОННОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ ПРОЕКТА В СМИ И НОВЫХ МЕДИА.

4.1. Общие требования.

4.1.1. В рамках своей проектной работы, а также освещения отдельных информационных поводов и мероприятий по запросам Заказчика, Исполнитель создает уникальные информационные материалы и их оформление (подбирает для них фотографии или создает иллюстрации и инфографику).

4.1.2. Исполнитель создает публикации в соответствии с количеством, указанным в п. 3.

4.1.3. Исполнитель самостоятельно обеспечивает сбор содержания для информационных материалов (в том числе проведение интервью, выезды на мероприятия, сбор информации из открытых источников), также содержание может предоставляться Заказчиком.

4.1.4. Исполнитель должен получать согласование Заказчиком всех информационных материалов (текстов, фотографий, иллюстраций и т.д.) перед использованием. При согласовании необходимо обеспечить корректировку текстов по комментариям Заказчика.

4.1.5. Исполнитель самостоятельно выбирает СМИ и новые медиа для размещения информации. Перечень выбранных СМИ и новых медиа должен быть согласован с Заказчиком по электронной почте. При выборе СМИ или нового медиа Исполнитель должен основываться на целевой аудитории, тематике, рейтинге и цитируемости издания.

4.2. Требования к содержанию.

При создании публикаций требуется руководствоваться коммуникационными планами и ключевыми сообщениями коммуникационной политики Заказчика.

4.3. Требования к отчетности

4.3.1. Исполнитель по окончании каждого Этапа, передает на утверждение Заказчику Акт сдачи-приемки услуг и Отчет в двух экземплярах, в срок не позднее 5 (Пяти) рабочих

дней с даты окончания каждого этапа оказания Услуг. Документы предоставляются в бумажном и электронном виде. Отчет должен иметь обязательные данные:

- Таблицу выполнения КРІ с плановыми и фактическими показателями.
- Пресс-клиппинг;
- Анализ тональности публикаций;
- Предложения по коррекции публикаций;
- Анализ деятельности конкурентов.

4.3.2. По окончании каждого Этапа, Исполнитель должен предоставляться отчет по этапам следующего содержания:

4.3.2.1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.

1. Таблица в формате google doc с контент-планом по работе со СМИ;
2. Тексты подготовленных пресс материалов в формате .docx;
3. Скриншоты и ссылки на ключевые публикации вышедшие в федеральных СМИ в pdf формате;
4. Ежедневные дайджесты СМИ и новых медиа, включая аналитику – общее количество публикаций, тональность, типы и уровни СМИ и новых медиа, в которых были опубликованы материалы с упоминанием проекта и спикеров.
5. Список СМИ и новых медиа в формате таблицы;
6. График рассылки новостей и размещения интервью в формате таблицы.

4.3.2.2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukamі, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года. 1 октября – 15 ноября 2020 года.

1. Таблица в формате google doc с контент-планом по работе со СМИ и новыми медиа;
2. Скриншоты и ссылки на ключевые публикации вышедшие в федеральных СМИ и новых медиа в pdf формате;
3. Список СМИ и новых медиа в формате таблицы;
4. График рассылки новостей и размещения интервью в формате таблицы;
5. Списки СМИ и новых медиа принимавших участие;
6. Тексты подготовленных пресс материалов в формате word;
7. Список проведенных интервью;
8. Список информационных партнеров;
9. Ежедневные дайджесты СМИ и новых медиа, включая аналитику – общее количество публикаций, тональность, типы и уровни СМИ и новых медиа, в которых были опубликованы материалы с упоминанием проекта и спикеров.

4.3.2.3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года.

1. Таблица в формате google doc с контент-планом по работе со СМИ и новыми медиа;
2. Тексты подготовленных пресс материалов в формате .docx;
3. Скриншоты и ссылки на ключевые публикации вышедшие в федеральных СМИ и новых медиа в pdf формате;
4. Ежедневные дайджесты СМИ и новых медиа, включая аналитику – общее количество публикаций, тональность, типы и уровни СМИ и новых медиа, в которых были опубликованы материалы с упоминанием проекта и спикеров.
5. Список СМИ и новых медиа в формате таблицы;
6. График рассылки новостей и размещения интервью в формате таблицы.
7. Список отраслевых мероприятий;
8. Все отчетные документы предварительно согласовываются по электронной почте, указанной в договоре. Контактное лицо: Катуща Евгений Вячеславович.

4.3.3. Все отчетные и иные документы, требующие согласования в соответствии с условиями Договора, предварительно согласовываются по электронной почте, указанной в Договоре. Контактное лицо: Катуша Евгений Вячеславович

5. ЭТАПЫ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

5.1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании.

Сроки: С даты заключения Договора – 30 сентября 2020 года.

5.2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukamі, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года.

Сроки: 1 октября – 15 ноября 2020 года.

5.3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля.

Сроки: 16 ноября – 11 декабря 2020 года.

5.4. Даты проведения Международного фестиваля идей и технологий Rukamі могут быть изменены по инициативе Заказчика. Заказчик информирует Исполнителя об изменении дат не менее, чем за 25 (двадцать пять) дней до начала Фестиваля.

5.5. В случае изменения дат проведения фестиваля сроки этапов могут быть изменены по требованию Заказчика.

«Заказчик»:

Фонд поддержки проектов Национальной
технологической инициативы

Генеральный директор

_____ / К.А. Руженский

«Исполнитель»:

ФОРМА

20__ г.

**АКТ
сдачи-приемки услуг
по Договору №[указать номер договора] от [дата]**

г. Москва

«__» _____ 202__ г.

Фонд поддержки проектов Национальной технологической инициативы, именуемый в дальнейшем «Заказчик», в лице Генерального директора Руженского Кирилла Алексеевича, действующего на основании Устава, с одной стороны, и

_____, именуемая (-ое, - ый) в дальнейшем «Исполнитель», в лице _____ действующего (ей) на основании _____, с другой стороны, составили настоящий акт сдачи-приемки услуг (далее - Акт) по Договору №[номер договора] от [дата] («**Договор**») о нижеследующем:

1. В соответствии с Договором Исполнитель сдает Заказчику следующие услуги по этапу № ____ (указать период оказания услуг), а именно:
 - [указать конкретный перечень оказанных услуг в соответствии с Договором и Этапом Услуг, стоимость по каждому виду услуг, если определено условиями договора];
 - _____.
2. Заказчик подтверждает, что Услуги по этапу № ____ за период (указать даты начала и окончания периода) оказаны в полном объеме и надлежащим образом и результат оказания услуг соответствует требованиям Заказчика.
3. Стоимость оказанных Услуг по этапу № ____ по настоящему Акту составляет _____ [указать стоимость услуг в числовом выражении и прописью с большой буквы] рублей, в том числе НДС, исчисленный по ставке согласно п.3 ст.164 НК РФ _____ (прописью с большой буквы)/не облагается НДС ввиду применения исполнителем упрощенной системы налогообложения в соответствии с положениями главы 26.2 НК РФ.

ЕСЛИ АКТ ЯВЛЯЕТСЯ ИТоговым (Последний этап), то включается пункт 4 следующего содержания и соответственно изменяется нумерация следующих пунктов Акта:

4. Настоящий Акт подтверждает исполнение Исполнителем всех принятых на себя обязательств по Договору. Стоимость всех оказанных Услуг по Договору составила ____ (____) рублей 00 копеек, в том числе НДС, исчисленный по ставке согласно п.3 ст.164 НК РФ _____ (прописью с большой буквы)/не облагается НДС ввиду применения исполнителем упрощенной системы налогообложения в соответствии с положениями главы 26.2 НК РФ.

4. К настоящему Акту прилагается Отчет об оказании услуг Исполнителя на _____ листах, в прошитом, пронумерованном и заверенном виде.
5. Настоящий Акт составлен в 2 (Двух) подлинных экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному - для Исполнителя и Заказчика.
6. Исключительное право на РИД принадлежит Заказчику

ПОДПИСИ СТОРОН:	
От Заказчика:	От Исполнителя:
/ Фамилия И.О./	/Фамилия И.О./
« » 20 г.	« » 20 г.

Настоящую форму акта согласовали:

От Заказчика:	От Исполнителя:
Генеральный директор	_____
/К.А. Руженский/	/Фамилия И.О./

Смета

на оказание Услуг по информационному сопровождению проекта «Интегратор сообществ кружкового движения (проект ВОРК)» (под брендом Rukami) в СМИ и новых медиа

№	Наименование работ	Стоимость выполнения, руб.
Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.		
	Разработка контент-плана и первичное взаимодействие со СМИ и новыми медиа.	
	Разработка графика рассылки и осуществление распространения пресс-релизов, статей, интервью, анонсов, комментариев экспертов по базе СМИ и новых медиа.	
	Обеспечить выход не менее 400 (четыреста) публикаций в СМИ и новых медиа.	
	Создание и распространение информационных материалов – не менее 20 (двадцать).	
	Создание плана выхода интервью на весь проект. План должен включать не менее 8 (восемь) интервью на ТВ, радио, в деловых, научно-популярных и развлекательных изданиях, а также календарь проведения с указанием возможных тем и спикеров.	
	Создание плана-графика и проведение еженедельного мониторинга упоминаний проекта Rukami в СМИ и новых медиа.	
	Создание и публикация не менее 1 (один) интервью о проекте Rukami в СМИ.	
	Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать).	
	Создание плана и календаря участия в ключевых профессиональных премиях.	
Всего по этапу 1		
Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukami, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года. 1 октября – 15 ноября 2020 года.		
	Создание информационных материалов – не менее 20 (двадцать), в том числе не менее 5 (пять) в дни проведения Фестиваля.	
	Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа	
	Обеспечение выхода не менее 500 (пятьсот) публикаций в СМИ и новых медиа, в том числе не менее 200 (двести) публикаций по итогам фестиваля.	
	Организация и публикация не менее 6 интервью о проекте в СМИ и новых медиа с руководителями проекта, кружкового движения, спикерами и партнерами и участниками в дни проведения Фестиваля.	
	Реализация не менее 1 (один) специальных проектов в СМИ или новых медиа	
	Приглашение и обеспечение участия не менее 20 (двадцать) журналистов из федеральных и городских на Фестивале	
	Привлечение не менее 20 (двадцать) информационных партнеров из федеральных и городских изданий на Фестиваль и организация работы с ними	
	Размещение информации о Фестивале на не менее, чем 10 (десять) событийных сайтах-агрегаторах, публикующих материалы о Московских и Подмосковных мероприятиях	
	Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukami в СМИ и новых медиа (за неделю до и в течение недели после фестиваля – ежедневный)	
	Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать).	

Всего по этапу 2		
Этап 3. Информационная кампания после фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года		
	Создание информационных материалов – не менее 5 (пять).	
	Создание и публикация не менее 1 (один) интервью о проекте Rukami в СМИ.	
	Рассылка информационных материалов по базе СМИ и новых медиа.	
	Обеспечение выхода не менее 100 (сто) публикаций в СМИ и новых медиа.	
	Еженедельный мониторинг упоминаний проекта Rukami в СМИ и новых медиа.	
	Проверка и редакция информационных материалов региональных операторов проекта – не более 30 (тридцать).	
Всего по этапу 3		
ИТОГО		

«Заказчик»:

Фонд НТИ

Генеральный директор

_____ / К.А. Руженский

«Исполнитель»:

_____ / _____

Поэтапный график оказания услуг

1. Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании.
Сроки: С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.*
2. Этап 2. Информационная кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukamі, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года.
Сроки: 1 октября – 15 ноября 2020 года.*
3. Этап 3. Информационная кампания после Фестиваля.
Сроки: 16 ноября – 11 декабря 2020 года.*

* Сроки этапов по согласованию с Заказчиком могут быть изменены, в пределах общего срока оказания услуг, установленного пунктом 4.1. Договора.

«Заказчик»:

Фонд НТИ

Генеральный директор

_____ / К.А. Руженский

«Исполнитель»:

_____ / _____

ФОРМА ОТЧЕТА ОБ ОКАЗАНИИ УСЛУГ

1. Реализация Договора включает в себя обязательное предоставление следующих форм отчетности:

1.1. Текстовая часть отчета состоит из описания оказанных услуг в хронологической последовательности с титульным листом и описи представленных документов и материалов в электронном и бумажном виде.

№ п/п	Наименование Услуги (в соответствии с этапами оказания услуг)	Достигнутые результаты (по факту реализации задачи)	Приложение (материалы, подтверждающие достижение результата по задаче)
1			
2			
3			
4			
5			

1.2. К отчету прилагаются материалы, подтверждающие достижение результата по каждой задаче.

Перечень подтверждающих документов приведен в таблице:

Наименование услуги	Результаты	Перечень подтверждающих документов
Этап 1. Запуск и реализация информационной кампании. С даты заключения договора – 30 сентября 2020 года.	<ul style="list-style-type: none"> – Разработан контент-план. – Разработан график рассылки и организовано распространение пресс-релизов, статей, интервью, анонсов, комментариев экспертов по базе СМИ. – Обеспечен выход не менее 400 публикаций в СМИ. – Созданы и распространены информационные материалы. – Создан план выхода интервью на весь проект. – Создан план-график и проведен еженедельный мониторинг. – Создано и опубликовано интервью о проекте Rukamі в СМИ. – Создан план и календарь участия в ключевых профессиональных премиях. 	<ul style="list-style-type: none"> – Таблица с контент планом. – Таблица с графиком рассылки; – Отчет о выходе публикаций; – Таблица с планов выхода интервью; – План-график мониторинга; – Календарь ключевых премий; – Отчет в формате pdf с мониторингом СМИ и новых медиа.
Этап 2. Информационная	<ul style="list-style-type: none"> – Созданы и распространены информационные материалы. 	<ul style="list-style-type: none"> – Таблица с контент планом. – Таблица с графиком рассылки;

<p>кампания Международного фестиваля идей и технологий Rukami, проводимого с 7 по 8 ноября 2020 года. 1 октября – 15 ноября 2020 года.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Обеспечен выход не менее 500 публикаций в СМИ, в том числе не менее 200 публикаций по итогам фестиваля. – Созданы и проведены не менее 6 интервью о проекте в СМИ. – Реализовано не менее 1 специального проекта в СМИ или новых медиа. – Привлечены не менее 20 информационных партнеров. – Проведен мониторинг СМИ. 	<ul style="list-style-type: none"> – Отчет о выходе публикаций; – Таблица с планов выхода интервью; – Отчет в формате pdf с мониторингом СМИ и новых медиа.
<p>Этап 3. Информационная кампания после фестиваля. 16 ноября – 11 декабря 2020 года.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Созданы и распространены информационные материалы. – Создано и опубликовано интервью о проекте Rukami в СМИ. – Обеспечен выход не менее 100 публикаций в СМИ. – проведен мониторинг СМИ. 	<ul style="list-style-type: none"> – Таблица с контент планом. – Таблица с графиком рассылки; – Отчет о выходе публикаций; – Таблица с планов выхода интервью; – Отчет в формате pdf с мониторингом СМИ и новых медиа.

1.3. Отчёт подписывается руководителем Исполнителя или уполномоченным им лицом (при наличии надлежащим образом оформленных полномочий). Подпись удостоверяется печатью Исполнителя (в случае наличия).

Достоверность информации (в том числе документов), представленной в составе отчета, подтверждаю.

_____ (наименование должности руководителя)

_____ (подпись)

_____ (фамилия, инициалы)

«___» _____ 20__ г.

М.П.

1.4. Отчет направляется представителю Заказчика в бумажном виде, а также передается на USB-носителе со всеми приложениями. Вся отчетная документация должна быть прошита, пронумерована и заверена печатью и подписью Исполнителя. Кроме того, отчет дублируется в виде архива или PDF по электронной почте Заказчика, указанной в Договоре. Все документы должны быть приложены в формате pdf, а также в редактируемом формате (word,

exel). Все видео и фото передаются Заказчику на USB-носителе, а также размещаются на площадке Яндекс.Диск.

«Заказчик»:

Фонд поддержки проектов Национальной
технологической инициативы

Генеральный директор

_____ / К.А. Руженский

«Исполнитель»:

_____ / _____

ФОРМА

Справка о цепочке собственников, включая бенефициаров, в том числе, конечных

№ п/п	Наименование контрагента (ИНН, вид деятельности) ¹					Информация о цепочке собственников контрагента, включая бенефициаров (в том числе, конечных) ²					
	ИНН	ОГРН	Наименование краткое	Код ОКВЭД	Фамилия, Имя, Отчество руководителя	№	ИНН	ОГРН	Наименование / ФИО	Руководитель / участник / акционер / бенефициар	Информация о подтверждающих документах (наименование, реквизиты и т.д.) ³

Порядок заполнения:

Указывается информация о контрагенте / участнике закупки.

Указывается подробная информация о цепочке собственников (учредители, в отношении учредителей, являющихся юридическими лицами, данные об их учредителях и т.д.) включая бенефициаров (в т.ч. конечных). Для физических лиц – имя, фамилия, отчество; для юридических лиц – полное наименование и организационно-правовая форма на русском языке, ИНН (в отношении нерезидентов также на английском языке или на официальном языке страны юрисдикции, если английский таковым не является; организационно-правовая форма и идентификационный код в соответствии с правом страны юрисдикции).

Доля участия собственников указывается в процентах от уставного капитала; для акционерных обществ указываются также номинальная стоимость и количество акций. Указывается размер уставного капитала согласно учредительным документам организации по состоянию на дату представления настоящей информации; доля уставных капиталов, выраженных в иностранной валюте, указывается в рублях по курсу Центрального банка России на дату представления настоящей информации. В случае если доля участия в уставном капитале составляет менее 100 процентов, указываются сведения об иных участвующих в уставном капитале лицах, а также их доли в уставном капитале.

Настоящим даем свое согласие и подтверждаем получение нами всех требуемых в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации (в том числе, о коммерческой тайне и о персональных данных) согласий всех упомянутых или заинтересованных лиц на обработку предоставленных данных, а также на раскрытие

сведений, полностью или частично, компетентным органам государственной власти (в том числе, Федеральной налоговой службе Российской Федерации, Росфинмониторингу, Правительству Российской Федерации) и последующую обработку сведений такими органами (далее – Раскрытие). Мы освобождаем Фонд НТИ от любой ответственности в связи с Раскрытием, в том числе, берем на себя обязательства возместить Фонду НТИ убытки, понесенные в связи с предъявлением Фондом НТИ претензий, исков и требований любыми третьими лицами, чьи права были или могли быть нарушены таким Раскрытием.

Подпись Исполнителя (его уполномоченного представителя)

_____ (ФИО)
М.П.

«Заказчик»:
Фонд НТИ
Генеральный директор

«Исполнитель»:
Наименование организации
Должность

_____ / Руженский К.А / _____ /Фамилия И.О./