**СООБЩЕНИЕ**

**о заинтересованности в проведении конкурса в электронной форме на право заключить договор на** **оказание услуг по международному PR-сопровождению Государственной корпорации «Ростехнологии»**

 Государственная корпорация «Ростехнологии» (Ростех) сообщает о своей заинтересованности в проведении конкурса в электронной форме на право заключить договор на оказание услуг по международному PR-сопровождению Государственной корпорации «Ростехнологии». Указанное сообщение не является публичной офертой.

Государственная корпорация «Ростехнологии» просит всех заинтересованных лиц представить свои предложения по стоимостиоказания услуг по прилагаемой форме (Приложение №1) и направить их на бумажном носителе.Возможно направление предложений в электронном виде (наличие электронно-цифровой подписи необязательно) с последующим представлением на бумажном носителе до окончания срока подачи предложений (далее – Предложения). Предложения не могут быть анонимными.

Целью настоящего сообщения о заинтересованности является определение возможной стоимости оказания услуг в целях разработки наиболее полной документации для проведения конкурса в электронной форме.

Государственная корпорация «Ростехнологии» информирует, что направленные в адрес Заказчика Предложения не будут рассматриваться в качестве заявки на участие в торгах и не дают в дальнейшем каких-либо преимуществ для лиц, подавших указанные Предложения.

Рассмотрение Заказчиком поступивших Предложений не предполагает какого-либо информирования (в т.ч. публичного) лиц, подавших такие Предложения, и иных лиц о результатах их рассмотрения.

**Предложения принимаются по адресу:**

119991, г. Москва, Гоголевский бульвар, дом 21, строение 1 – по почте (с пометкой: *для Службы коммуникаций*);

г. Москва, ул. Усачева, дом 24 – нарочным;

Предложения могут быть предварительно направлены в электронном виде по адресам:

E.I.Baranova@rostec.ru

**Срок подачи предложений:** до « 18» июля 2014 года включительно.

**Контактные лица:**

Баранова Екатерина Игоревна (495) 287-25-00 доб. 28-15

**Приложение 1**

**Предложение по стоимости оказания услуг**

**по международному PR-сопровождению**

**Государственной корпорации «Ростехнологии»**

**(проект Технического задания)**

**1.Обект закупки:** услуги по созданию и внедрению комплексной программы повышения уровня известности Государственной корпорации «Ростехнологии» (далее – Ростех или Корпорация) и холдинговых компаний (интегрированных структур) Корпорации, формирование и укрепление имиджа Ростеха как мирового лидера в области технологических инноваций.

**2. Краткие характеристики оказываемых услуг:** услуги по созданию и внедрению комплексной программы повышения уровня Корпорации и холдинговых компаний (интегрированных структур) Корпорации, формирование и укрепление имиджа Ростеха как мирового лидера в области технологических инноваций оказываются комплексно в соответствии с требованиями настоящего Технического задания.

Услуга оказывается в два этапа:

Содержание 1 этапа: анализ текущего состояния и план выхода в международное информационное поле.

Содержание 2 этапа: проведение мероприятий по повышению уровня известности Корпорации, в том числе:

создание истории Корпорации;

подготовка программы повышения уровня известности Корпорации и ее сопровождение.

По первому этапу.

Проведение ретроспективного мониторинга информационного поля Заказчика за время существования Корпорации с целью определения уровня известности Заказчика в России и за рубежом.

Исполнитель должен использовать для ретроспективного мониторинга базу СМИ, включающую не менее 3000 зарубежных изданий следующих категорий:

- национальные деловые и отраслевые СМИ (Европа, Юго-Восточная Азия);

- международные деловые и отраслевые СМИ.

Необходимо учитывать упоминания в печатных и интернет-СМИ, на радио и ТВ.

При подготовке отчетов исполнитель должен использовать единую индексную систему, отражающую степень положительного влияния публикации на бренд «Ростех» на основании следующих параметров:

- весомость СМИ для национального и международного делового сообщества;

- весомость СМИ для национальных политических элит;

- весомость СМИ для отраслевого национального и международного сообщества;

- охват аудитории СМИ;

- число перепечаток;

- число и тональность комментариев;

- язык издания.

Исполнитель должен выполнить ретроспективный мониторинг за весь период существования компании Заказчика.

Разработка коммуникационной стратегии продвижения бренда «Ростех» в международном информационном поле.

Результатом данной работы должен стать развернутый аналитический отчет о текущем уровне известности компании Заказчика за рубежом, а также создание стратегии позиционирования Ростеха в качестве признанного международного бренда.

По второму этапу.

Для целей разработки коммуникационной стратегии Исполнитель должен разработать развернутую «Историю» компании Заказчика, которая ляжет в основу последующей работы в сфере коммуникаций. Необходимо подготовить основной текст (на английском языке), определить ключевые идеи и расставить акценты так, чтобы это нашло отклик у международной аудитории. Это также позволит определить тактику коммуникаций. Полученная в результате «История» целиком или ее ключевые части будет присутствовать на сайтах всех компаний группы и включаться во все документы, что усилит ощущение единства целей группы компаний Ростех.

План разработки «Истории» должен включать следующие этапы:

- сбор фактов;

- определение наиболее привлекательных сторон;

- адаптация для заинтересованных сторон;

- упорядочение повествовательной части;

- расстановка акцентов;

- выбор инструментов доведения информации до сведения общественности.

 Необходимо создать пул лидеров в тех промышленных отраслях, в которых присутствуют предприятия Корпорации.

 Используя выбранных лидеров, необходимо:

 - подготовить и распространить материалы о продукции, услугах, работниках, тенденциях секторов, новых разработках и включить в них экспертные мнения руководящих работников секторов, отражающие общие задачи кампании;

 - обеспечить поддержку реализации производственных задач Ростех посредством проведения мероприятий, выездных презентаций для СМИ, исследований и церемоний награждения на целевых рынках по всему миру;

 - создать «интеллектуальное лидерство» по вопросам, представляющим интерес для СМИ в целевых странах, для того, чтобы выдвинуть бренд на первый план и познакомить с ним тех лиц, от решения которых зависит подписание контрактов;

 - разработать кампании, которые найдут отклик в СМИ на стратегических для Ростеха рынках и на мировом уровне.

**3. Место оказания услуг**: город Москва.

**4. Сопутствующие услуги, перечень, сроки выполнения и требования к их выполнению:**

 4.1. Исполнитель должен определить круг зарубежных лиц и компании, которые могли бы авторитетно и компетентно выступать по определенному ряду вопросов на различных мероприятиях.

 Исполнитель берет на себя подготовку и проведение мероприятий для прессы — конференций, пресс-завтраков.

 Исполнитель инициирует публикации в зарубежных СМИ, а также осуществляет подготовку и рассылку следующих материалов для зарубежных СМИ:

* пресс-релизов;
* бэкграундеров (Вackgrounder);
* факт-листов (фактических справок);
* биографий;
* заявлений для прессы;
* пресс-китов.

 Исполнитель составляет [медиа-карту для компании](http://zebracompany.ru/rabota-so-smi/sostavlenie-media-karty-dlya-kompanii/) Заказчика, включая:

* выявление целевой аудитории, предпочтения по формату и виду СМИ;
* список СМИ, удовлетворяющих интересам проекта;
* базу данных в электронном виде;
* анализ каждого отобранного СМИ.

 4.2. В процессе выполнения работ Исполнитель должен:

* разработать стратегию и план реализации проекта повышения уровня известности компании Заказчика;
* разработать организационную схему проекта для обеспечения выполнения работ с распределением функциональных обязанностей, с максимальной интеграцией взаимосвязей;
* разработать административные процедуры проекта;
* разработать исследования, направленные на улучшение имиджевых показателей проекта и снижения рисков реализации проекта;
* разработать детальный план-график реализации проекта, систему оптимизации и контроля исполнения графика, а также определить главные пути его реализации;
* осуществлять ежедневный, еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный контроль уровня известности компании Заказчика за рубежом;
* контролировать основные показатели проекта;
* контролировать информацию в СМИ и сети Интернет и ее качество;
* разработать систему контроля за внесением изменений;
* управлять взаимодействием компании Заказчика с государственными структурами, крупными отраслевыми компаниями за рубежом.

**Количество услуг:** одна услуга, включающая анализ текущего состояния и план выхода в международное информационное поле, а также проведение мероприятий по повышению известности Корпорации.

Результат услуг: отчеты по первому и второму этапу и итоговый отчет, включающий обобщенные результаты первого и второго этапов.

Отчеты предоставляются поэтапно на бумажном и электронном носителях. Результаты исследования предоставляются в виде аналитических докладов, включающих таблицы, диаграммы, графики, список источников.

Отчеты о проведении публичных мероприятий предоставляются в виде материалов заседаний (программы, тексты выступлений, списки участников, аудиозаписи, фоторепортажи) и в случае проведения публичных мероприятий – в форме пресс-релизов и информационных аналитических отчетов.

Управление данным проектом должно осуществляться опытными консультантами Исполнителя. Должен быть согласован список основных ожидаемых результатов проекта, по которым будет оцениваться прогресс. Кроме того, Исполнитель должен предоставлять:

- ежедневный, еженедельный, ежемесячный обзор СМИ;

- квартальные отчеты с анализом хода работ по проекту;

- проводить совещания для оценки хода работ по проекту (по мере необходимости).

**6. Общие требования к оказанию услуг**:

6.1. Общие требования к оказанию услуг:

* услуги оказываются комплексно в соответствии с требованиями, установленными в настоящем Техническом задании;
* исполнитель обеспечивает выполнение настоящего Технического задания при непосредственном участии Заказчика или его уполномоченных представителей. Все вопросы, возникающие при оказании услуг по разработке требуемых материалов и проведении необходимых мероприятий, решаются на совместных совещаниях, проводимых на территории Заказчика (г. Москва, улица Усачева, дом 24), при этом Исполнитель несет все расходы, связанные с участием своих представителей в таких совещаниях;
* по согласованию с Заказчиком Исполнитель должен определить тематические направления, на которых Заказчик должен занять доминирующие позиции среди экспертного сообщества.

Эти направления будут иметь отношение ко всем странам и секторам, в которых работают компании Корпорации.

6.2. Общие требования к содержанию основных разделов:

 6.2.1. Управление зарубежным PR. Международная пресс-служба.

 Исполнитель должен управлять международной PR-деятельностью от имени Заказчика из пресс-центра, который должен находиться в столице европейской страны.

Исполнитель должен взять на себя руководство всеми решениями по разработке, исполнению и реализации всех международных PR-кампаний в США, Европе и Юго-Восточной Азии. Вся работа по входящим звонкам международных СМИ должна вестись Исполнителем.

Должен быть подготовлен широкий спектр материалов для СМИ, включая:

- сведения о компании;

- экспертные мнения специалистов Ростех и анализ тенденций;

- объявления о разработках передовых продуктов или технологий;

- освещение ключевых событий, таких, как первая сделка на новом рынке;

- брифинги общего характера, позволяющие журналистам лучше понять приоритетные секторы и рынки Ростех;

- комментарии относительно разработок в тех или иных секторах, появляющихся за пределами Ростех;

- перспективные статьи (темы, которые уже есть в планах СМИ по определенному вопросу);

- примеры выдающихся инноваций со стороны лидеров секторов, приоритетных для Ростех;

- статьи о первых лицах и блоги руководства и специалистов Ростех;

- часто задаваемые вопросы-ответы по Корпорации и отдельным ее сферам деятельности.

6.2.2.Поездки представителей международных СМИ на объекты Ростех

Необходимо организовывать регулярные пресс-туры, посвящая каждую поездку одному целевому рынку, сопровождать журналистов во время экскурсий по выбранным компаниям Ростеха и на встречах с руководством Ростеха, демонстрирующих масштабы и ценности Корпорации.

При этом должно проводиться не менее одной поездки в квартал, и в каждой поездке должны участвовать журналисты ключевых СМИ, представляющие как минимум один из приоритетных рынков.

6.2.3. Бренд-мероприятия

Необходимо разработать подробную программу мероприятий, которая позволит дополнить существующий календарь мероприятий Ростеха и повысить известность бренда.

Все мероприятия должны освещаться в СМИ, создавать возможности для новых контактов, содействовать общению с журналистами соответствующих СМИ и повышать известность Ростех среди ведущих политиков, бизнесменов и влиятельных представителей общественности.

6.2.4. Присутствие Ростех в информационном поле.

Исполнитель должен провести анализ информационного поля на основе данных мониторинга:

- определить общее количество публикаций о Заказчике;

- определить в общем массиве публикаций соотношение негативных, нейтральных и положительных материалов;

- на основе проведенного анализа составить списки негативно настроенных и лояльных СМИ;

- определить соотношение абсолютных (о Заказчике) и относительных (с контекстным упоминанием Заказчика) публикаций;

- провести анализ контекста, в котором упоминается Заказчик;

- провести анализ контекста и тональности публикаций о проектах Заказчика;

- по итогам проведенных исследований сформировать общие выводы и рекомендации по работе Заказчика в информационном поле.

По результатам проведенного анализа Исполнитель должен разработать и внедрить стратегию управления репутацией, которая должна обеспечить постоянное отражение в результатах поиска положительной информации о Ростехе.

**7. Требования к качественным и количественным характеристикам оказываемых услуг**:

Вводные положения: Исполнитель должен посвящать клиенту не менее 120 часов в месяц.

Выполнение работ должно включать следующее:

Ключевая поддержка – постоянное информационное консультирование высшего руководства Корпорации и Службы коммуникаций;

Коммерческие и отраслевые СМИ, международные коммерческие печатные издания и освещение в СМИ – от 40 до 50 статей / интервью в течение всего года,

- минимальный объем статьи – 2500 знаков

- обязательное присутствие Ростеха в главной роли

- статьи публикуются в англоязычных международных СМИ из разработанного списка, предварительного согласованного со СК Ростеха, в том числе:

Интервью с генеральным директором/высшим руководством – от 8 до 10 в год;

Программные колонки от первого лица) – 5 в год;

Специальные приложения (специальные приложения к федеральным зарубежным изданиям) – 4 в год;

Комментарии руководства Ростех – постоянно.

Пресс-туры – 4 в год на предприятия Ростеха;

Новости/пресс-релизы – составление, написание, распространение, отработка с журналистами.

Медиа-брифинги:

Медиа-брифинги после каждого пресс-релиза/новости;

Брифинги с представителем Ростех и журналистами в Европе и других ключевых регионах – ежемесячно.

Постоянное обновление англоязычной версии сайта Ростех – (доработка перевода сайта и перевода всех текущих новостей)

Дополнительная поддержка – поддержка во время проведения конференций / интервью в ключевых регионах

Выстраивание взаимоотношений со всеми ключевыми журналистами/редакторами и органами управления и ассоциациями (включая 1-2 небольших тематических ужина). Создание пула журналистов.

Составление отчетов – ежедневный мониторинг прессы/подготовка квартальных отчетов о деятельности плюс выдержки из СМИ

Маркетинговая/рекламная поддержка – консультирование по предпочтительным рекламным возможностям/подготовка рекламных материалов.

Вышеперечисленные Ключевые показатели эффективности представляют собой спектр активностей, определяемых в течение 7 месяцев. При этом конкретные действия привязываются к различным медиа мероприятиям, определяемым ежемесячно или ежеквартально в зависимости от сроков их проведения. Дополнительные мероприятия могут быть связанные с важными новостными поводами, целевыми и/или специально организованными событиями и прочими поводами и кампаниями. Исполнитель в составе своей заявки может описать более подробную программу мероприятий.

**8. Сроки оказания услуг в полном объеме:** в течение 12 месяцев с даты заключения контракта, включая предоставление отчетной документации.

**9. Требования соответствия нормативным документам (лицензии, допуски, разрешения, согласования):** не установлены.

**10. Порядок оказания услуг**

10.1. Исполнитель имеет право привлекать к выполнению этапов оказания услуг третьих лиц (юридических или физических), однако несет ответственность перед Заказчиком за их действие или бездействие. В случае привлечения соисполнителей Исполнитель прикладывает к контракту их список, где указывает официальное наименование соисполнителей.

10.2. Результатами оказания услуг станут ежемесячные отчеты, отчеты по первому и второму этапу и итоговый отчет, включающий обобщенные результаты первого и второго этапов.

10.3. Отчеты предоставляются поэтапно на бумажном и электронном носителях. Результаты исследования предоставляются в виде аналитических докладов, включающих таблицы, диаграммы, графики, список источников.

Отчеты о проведении публичных мероприятий предоставляются в виде материалов заседаний (программы, тексты выступлений, списки участников, аудиозаписи, фоторепортажи) и в случае проведения публичных мероприятий – в форме пресс-релизов и информационных аналитических отчетов.

Исключительные права на использование результатов, полученных при оказании услуг по контракту, передаются Заказчику. Стоимость передачи таких исключительных прав должна быть включена в цену контракта. Заказчик распоряжается правами на использование результатов, полученных по контракту, в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

 **11. Предложения по стоимости оказания услуг** **по созданию и внедрению комплексной программы повышения уровня известности Государственной корпорации «Ростехнологии» (далее – Ростех или Корпорация) и холдинговых компаний (интегрированных структур) Корпорации, формирование и укрепление имиджа Ростеха как мирового лидера в области технологических инноваций**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п.п.** | **Наименование услуг** | **Стоимость услуг (тыс. рублей)** | **Примечание** |
| **Всего** | **В том числе в 2014 году** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Итого:**  |  |  |  |  |