

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU
CUNG CẤP GIẢI PHÁP SÁNG TẠO & PHIM CHO CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG
DO THANH THIẾU NIÊN KHỞI XUỐNG
TẠI TỈNH LÀO CAI

I. TỔNG QUAN VỀ TỔ CHỨC CỨU TRỢ TRẺ EM

Tổ chức Cứu trợ Trẻ em (SC) là một trong những tổ chức lớn nhất hoạt động vì trẻ em trên thế giới. Được thành lập vào năm 1919, chúng tôi hiện tại đang có mặt trên 100 quốc gia toàn cầu. Sứ mệnh của chúng tôi là thúc đẩy những đột phá trong việc quan tâm tới trẻ em trên thế giới nhằm đạt được sự thay đổi tích cực và lâu dài cho các em. Chúng tôi tin rằng mọi trẻ em đều xứng đáng có một tương lai tốt đẹp. Trên toàn thế giới, chúng tôi giúp trẻ em có một khởi đầu khỏe mạnh, cơ hội được học tập và được bảo vệ khỏi các mối nguy cơ gây mất an toàn.

II. BỐI CẢNH DỰ ÁN

Trong giai đoạn 2019–2024, với sự hỗ trợ của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em, ngành giáo dục tỉnh Lào Cai đã triển khai các can thiệp đa lĩnh vực, đạt được nhiều kết quả nổi bật; trong đó một trong các mục tiêu quan trọng là thúc đẩy sự tham gia của thanh thiếu niên thông qua việc áp dụng bộ công cụ hỗ trợ học sinh, thanh thiếu niên thực hiện các sáng kiến truyền thông (gọi tắt theo tiếng Anh là SHIFT).

SHIFT là bộ công cụ do Tổ chức Cứu trợ Trẻ em xây dựng nhằm hỗ trợ học sinh, thanh thiếu niên từ 15–25 tuổi lên kế hoạch và thực hiện các hoạt động truyền thông thay đổi hành vi về các tồn tại trong xã hội (ví dụ phòng chống bạo lực học đường, kết hôn sớm,...). Chương trình giúp các bạn thanh thiếu niên chủ động đưa ra sáng kiến, xây dựng kế hoạch thực hiện và triển khai các hoạt động truyền thông hướng tới cộng đồng và bạn bè cùng trang lứa thông qua phương pháp “Cùng nhau xây dựng” – trang bị đầy đủ công cụ, kỹ năng, mạng lưới và nguồn lực thiết yếu.

SHIFT không chỉ mang lại cơ hội để thanh thiếu niên dẫn dắt các hoạt động truyền thông ý nghĩa, mà còn giúp các em rèn luyện sự tự tin, tư duy phản biện và kỹ năng làm việc nhóm trong môi trường học tập trải nghiệm. Các nhóm còn nhận được hỗ trợ tài chính để hiện thực hóa ý tưởng của mình.

Năm 2022, SHIFT đã được triển khai tại tỉnh Lào Cai trong khuôn khổ chương trình phát triển cộng đồng lấy trẻ em làm trọng tâm, do Tổ chức Cứu trợ Trẻ em hỗ trợ, với sự tham gia của thanh thiếu niên đến từ các trường THCS, THPT trên địa bàn dự án. Năm 2025, SHIFT sẽ tiếp tục được thực hiện thêm tại 07 trường THPT tại Lào Cai, với mục tiêu tăng cường năng lực lãnh đạo và truyền thông của học sinh, thanh thiếu niên, đồng thời thúc đẩy sự thay đổi nhận thức và hành vi tích cực trong cộng đồng về các vấn đề xã hội mà chính các em lựa chọn và dẫn dắt.

III. MỤC TIÊU CỦA GÓI TƯ VẤN

Nhằm hỗ trợ các **nhóm học sinh nông cốt** áp dụng bộ công cụ SHIFT tại Lào Cai trong quá trình thực hiện các hoạt động truyền thông, Tổ chức Cứu trợ Trẻ em đang tìm kiếm đơn vị/nhóm sáng tạo nội dung (gọi tắt là Creative Agency), thực hiện các nhiệm vụ cụ thể sau:

A. TẬP HUẤN BỔ TRỢ KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SÁNG TẠO CHO THÀNH VIÊN NHÓM HỌC SINH NÔNG CỐT (SHIFTERS)

Tập huấn luyện bổ trợ về sáng tạo nội dung, kỹ năng **truyền thông sáng tạo** cho các thành viên của nhóm học sinh nông cốt thực hiện các sáng kiến truyền thông tại Lào Cai, cụ thể: Thiết kế nội dung và đứng lớp **03 ngày tập huấn trực tiếp** cho các thành viên nhóm HS nông cốt về các nội dung:

- Lên ý tưởng truyền thông, kể chuyện truyền thông sáng tạo
- Thiết kế tài liệu truyền thông như poster, làm video ngắn.
- Lập kế hoạch sản xuất truyền thông theo nhóm

B. CỐ VẤN VỀ GIẢI PHÁP VÀ KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SÁNG TẠO SỬ DỤNG TRONG CÁC CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG DO NHÓM NÔNG CỐT THANH THIẾU NIÊN KHỞI XƯỚNG VÀ THỰC HIỆN

1. Tư vấn hướng dẫn 07 nhóm học sinh nông cốt **xây dựng, chỉnh sửa** storyboard/kịch bản truyền thông cho chiến dịch truyền thông xuyên suốt các tháng thực hiện gồm: tháng 8,9,10,11,12 năm 2025.
2. Tư vấn hướng dẫn 07 nhóm học sinh **thực hiện truyền thông, thông qua việc xây dựng các nội dung số, bài viết online**, các thiết kế các sản phẩm truyền thông (hình ảnh, video sử dụng trong các sự kiện, hoạt động truyền thông) của các nhóm học sinh nông cốt.

C. HỖ TRỢ TÀI LIỆU HÓA HOẠT ĐỘNG SHIFT 2025 (THU THẬP HÌNH ẢNH, VIDEOS VÀ DỰNG CLIP, TỜ GẤP, ...) (gồm 01 video và 01 sách ảnh tổng kết toàn bộ hoạt động SHIFT 2025)

D. XÂY DỰNG KẾ HOẠCH CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA NĂM 2026

Trên cơ sở một trong bảy (07) chiến dịch được triển khai tại Lào Cai năm 2025, xây dựng kế hoạch chiến dịch truyền thông cấp quốc gia của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em năm 2026:

- Điều chỉnh mục tiêu, mở rộng và phát triển chủ đề, nội dung và hình thức triển khai chiến dịch để phù hợp với quy mô toàn quốc, cũng như với các ưu tiên chiến lược của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em trong giai đoạn tới.
- Kế hoạch cần dựa trên những bài học kinh nghiệm và thực hành tốt rút ra từ chiến dịch tại Lào Cai, đồng thời hướng tới việc tối đa hóa sự tham gia của trẻ em trong tất cả các giai đoạn của chiến dịch.

IV. THỜI GIAN VÀ ĐỊA ĐIỂM

Đơn vị/công ty sẽ cung cấp dịch vụ tư vấn tại 07 **trường Trung học Phổ thông và Trung tâm Giáo dục thường xuyên tại tỉnh Lào Cai**, đồng thời làm việc trực tuyến và trực tiếp tại Lào Cai/Hà Nội với các đầu mối phụ trách của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em.

Thời gian: từ tháng 07 đến tháng 12 năm 2025.

V. VAI TRÒ VÀ CÔNG VIỆC DỰ KIẾN

Vai trò và công việc của đơn vị/nhóm sáng tạo trong suốt chiến dịch bao gồm:

A. TẬP HUẤN BỒ TRỢ KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SÁNG TẠO CHO THÀNH VIÊN NHÓM HỌC SINH NÔNG CỐT (SHIFTERS)

Kết quả mong đợi

Thanh thiếu niên tại các trường THPT thuộc chương trình SHIFT được nâng cao năng lực thực hành **truyền thông sáng tạo** thông qua một khóa tập huấn chuyên sâu. Sau đó, các nhóm HS nông cốt có thể chủ động xây dựng và thực hiện chiến dịch truyền thông một cách chuyên nghiệp, có tính lan tỏa.

Mô tả hoạt động

- **Thời lượng:** 03 ngày tập huấn trực tiếp tại thành phố Lào Cai.
- **Số lượng học viên:** khoảng 50 người bao gồm học sinh THPT và giáo viên phụ trách đến từ 07 trường tham gia thực hiện sáng kiến.
- **Giảng viên:** Tư vấn độc lập

Nội dung và phương pháp tập huấn

- **Tập huấn truyền thông định hướng hành vi dành cho thanh thiếu niên:** Các xu hướng truyền thông mới, hành vi người dùng số, ứng dụng storytelling & visual communication vào chiến dịch xã hội.
- **Thực hành Kể chuyện truyền thông & sáng tạo nội dung đa nền tảng:** Hướng dẫn cách phát triển câu chuyện cốt lõi của chiến dịch, chuyển hóa thành chuỗi bài viết / video hấp dẫn phù hợp với từng kênh (TikTok, Facebook, Instagram...).
- **Thiết kế ấn phẩm truyền thông**
 - Thanh thiếu niên được thực hành sử dụng công cụ thiết kế đơn giản (Canva, CapCut...) để tạo poster, infographics, bộ nhận diện cho chiến dịch.
 - Chuyên gia của Agency trực tiếp hướng dẫn cách tối ưu hóa hình ảnh truyền thông.
- **Thực hành lên kế hoạch sản xuất truyền thông theo nhóm**
 - Từng nhóm học viên sẽ thực hành hoàn thiện kế hoạch sản xuất nội dung truyền thông thực tế, nhận phản hồi trực tiếp từ Agency để cải thiện ý tưởng, quy trình và phân công công việc nhóm.

B. CỐ VẤN VỀ GIẢI PHÁP VÀ KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SÁNG TẠO SỬ DỤNG TRONG CÁC CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG DO NHÓM NÔNG CỐT THANH THIẾU NIÊN KHỞI XƯƠNG VÀ THỰC HIỆN

Creative Agency sẽ đóng vai trò **cố vấn, hỗ trợ chuyên môn về truyền thông sáng tạo cho các nhóm HS nông cốt** nhằm đảm bảo chất lượng, tính sự lan tỏa và tính bền vững của các chiến dịch truyền thông.

Trách nhiệm và đầu việc cụ thể bao gồm:

1. Tư vấn hướng dẫn 07 nhóm học sinh nông cốt xây dựng, chỉnh sửa storyboard/kịch bản truyền thông (Tháng 8–12/2025)

- Trực tiếp tư vấn cho 07 nhóm thanh thiếu niên để chỉnh sửa, xây dựng **kịch bản truyền thông tổng thể (master storyboard)** cho toàn bộ tiến trình chiến dịch. (Tổng cộng: 14 buổi tư vấn – 02 buổi/nhóm x 07 nhóm)
- Tư vấn về định hướng sáng tạo xuyên suốt (creative direction) cho từng chiến dịch thông qua các buổi họp trực tuyến với các nhóm SHIFT, bao gồm: tone of voice, key visual, định dạng nội dung, concept truyền thông cốt lõi. (07 chiến dịch truyền thông)

2. Tư vấn hướng dẫn 07 nhóm học sinh thực hiện truyền thông, thông qua việc xây dựng các nội dung số, bài viết online, các thiết kế các sản phẩm truyền thông (hình ảnh, video sử dụng trong các sự kiện, hoạt động truyền thông) của các nhóm học sinh nông cốt

- **Lồng ghép hoạt động mentoring kỹ thuật** định kỳ theo tháng vào các buổi làm việc với các nhóm HS nông cốt, hướng dẫn nhóm thanh thiếu niên thực hiện nội dung số với các chủ đề như:
 - Viết nội dung truyền thông sáng tạo (social copywriting, storytelling).
 - Thiết kế poster và ấn phẩm trực tuyến bằng các công cụ thân thiện (Canva, Figma...). Dựng video ngắn và sản xuất reel/TikTok (CapCut, VN Editor, Premiere Rush...).
 - Tham gia phản biện ý tưởng, cố vấn cách chỉnh sửa, tối ưu kỹ thuật từng sản phẩm (ảnh, bài viết, video...) đảm bảo đúng định dạng nền tảng và chiến dịch.

C. HỖ TRỢ TÀI LIỆU HÓA HOẠT ĐỘNG SHIFT 2025 (THU THẬP HÌNH ẢNH, VIDEOS VÀ DỰNG CLIP, BẢN TIN NGẮN)

1. Tham gia thu thập ảnh chụp và video chất lượng tốt từ các sự kiện truyền thông thuộc các sáng kiến của các nhóm HS nông cốt:

- Chụp ảnh, quay phim tại các sự kiện của dự án để đăng tải trên các nền tảng truyền thông và cung cấp báo chí. *(kế hoạch chi tiết theo Phụ lục 1)*
- Thu thập toàn bộ ảnh/video và phân loại ảnh, video theo từng sự kiện truyền thông được yêu cầu. *(kế hoạch chi tiết theo Phụ lục 1)*
- Chỉnh sửa ảnh/video, thêm phụ đề Tiếng Anh/ Tiếng Việt theo từng nội dung truyền thông cụ thể xuyên suốt chiến dịch truyền thông. *(kế hoạch chi tiết theo Phụ lục 1)*

2. Hậu kỳ và hoàn thiện Clip tài liệu hóa hoạt động SHIFT (documentary video)

- Clip Dài 6–8 phút, kể lại **hành trình toàn bộ tiến trình thực hiện chiến dịch của các nhóm SHIFT**, kết hợp các tư liệu hiện trường, hình ảnh sản phẩm và phỏng vấn nhân vật. *(kế hoạch chi tiết theo Phụ lục 1)*
- Yêu cầu chất lượng clip: full HD, hậu kỳ chỉnh chu, có phụ đề tiếng Anh, đảm bảo sử dụng được trong các sự kiện quốc gia/quốc tế của tổ chức.

3. Báo cáo tổng kết hoạt động SHIFT 2025 (trình bày dưới dạng brochures, leaflets,...)

Một sản phẩm báo cáo tổng kết hoạt động SHIFT năm 2025 thiết kế chuyên nghiệp, trình bày sinh động và có tính ứng dụng cao, tổng hợp toàn bộ quy trình, bài học và mẫu sản phẩm truyền thông của các chiến dịch.

4. Hoàn thiện Sách ảnh tổng kết toàn bộ Hoạt động SHIFT 2025 (Photovoice)

Một sản phẩm bản điện tử là Sách Ảnh (Photovoice) thể hiện toàn bộ các Sáng kiến truyền thông SHIFT 2025 tại Lào Cai thông qua hình ảnh và lời dẫn các hình ảnh. *(Chi tiết tại Phụ lục 1)*

D. XÂY DỰNG KẾ HOẠCH CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA NĂM 2026

Creative Agency sẽ thực hiện xây dựng 01 bản kế hoạch chiến dịch truyền thông quốc gia các công việc cụ thể như sau:

- Phân tích 01 trong 07 chiến dịch truyền thông được triển khai tại Lào Cai nói trên (do Tổ chức Cứu trợ Trẻ em lựa chọn) để xác định các nội dung, thông điệp, hình thức truyền thông có tiềm năng nhân rộng ở quy mô toàn quốc, đồng thời xem xét những bài học kinh nghiệm và thực hành tốt đã được ghi nhận từ quá trình triển khai tại địa phương.
- Xây dựng phương án điều chỉnh (adapt) vấn đề, thông điệp, hình ảnh chủ đạo (key visuals), cách kể chuyện (storytelling), để phù hợp với bối cảnh toàn quốc, đảm bảo vừa phản ánh chính xác nhu cầu, thực tiễn của trẻ em ở các vùng miền khác nhau, vừa phù hợp với từng nhóm đối tượng mục tiêu và các ưu tiên chiến lược của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em trong giai đoạn tới.
- Phát triển ý tưởng sáng tạo chủ đạo (Creative Concept) cho chiến dịch truyền thông cấp quốc gia năm 2026, bao gồm: thông điệp chủ đề, khẩu hiệu (slogan), tông giọng (tone of voice), hình ảnh chủ đạo (key visuals), và các ý tưởng triển khai chiến dịch (activation ideas) bao gồm: mục tiêu truyền thông, thông điệp phù hợp từng nhóm đối tượng, các kênh truyền thông dự kiến sử dụng, hình thức và định dạng nội dung, lộ trình triển khai tối thiểu 06 tháng, chỉ tiêu đánh giá (KPIs).
- Tư vấn các giải pháp để tối đa hóa sự tham gia của trẻ em trong toàn bộ quá trình triển khai chiến dịch, từ khâu phát triển ý tưởng, sản xuất sản phẩm truyền thông đến các hoạt động kêu gọi hành động.

VI. SẢN PHẨM ĐÀU RA VÀ KHUNG THỜI GIAN DỰ KIẾN

Chi tiết trong phụ lục 1

VII. YÊU CẦU VỀ CHUYÊN MÔN VÀ KINH NGHIỆM

Nhóm cá nhân/ đơn vị/ tổ chức tham gia ứng tuyển gói tư vấn cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Chứng minh được kinh nghiệm (tối thiểu 5 năm) trong việc đào tạo/ tập huấn/ hướng dẫn trong lĩnh vực truyền thông. Căn cứ đánh giá: đề án, kế hoạch giảng dạy, báo cáo tập huấn.
- Có năng lực tổ chức rõ ràng (bao gồm sơ đồ tổ chức, quy mô và hồ sơ nhân sự)
- Có chuyên môn trong thiết kế các ấn phẩm truyền thông trực tuyến đặc biệt với các chiến dịch có lượng tiếp cận thông tin lớn (*cung cấp minh chứng*)
- Có ít nhất 06 sản phẩm truyền thông chiến dịch trực tuyến; năng lực chiến lược (insight, định hướng hình ảnh, ngôn ngữ) & triển khai đa kênh (02 designs, 02 contents, 02 videos).
- Cam kết bố trí đội ngũ trong toàn bộ giai đoạn bắt đầu đến ngày kết thúc hợp đồng (các thành viên tham gia gói tư vấn gồm 01 nhóm trưởng, 01 sản xuất nội dung, 02 cá nhân phụ trách chụp ảnh & quay phim, 01 cá nhân phụ trách thiết kế/hậu kỳ video làm việc xuyên suốt và có định từ khi bắt đầu cho đến khi kết thúc hợp đồng)
- Nhóm trưởng: có trên 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực cung cấp giải pháp truyền thông sáng tạo, trình độ đại học trở lên, có ít nhất 02 sản phẩm truyền thông/chiến dịch quy mô trên 1000 người tham gia, có kỹ năng giao tiếp tốt, khả năng thuyết trình tập huấn về chủ đề Truyền thông.
- Các thành viên: có trên 3 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực chuyên môn tương ứng (sản xuất nội dung, quay chụp, thiết kế, edit video), trình độ đại học trở lên, có ít nhất 02 video truyền thông và 02 bộ ảnh truyền thông quy mô trên 1000 người tham gia, kỹ năng làm việc nhóm và giao tiếp hiệu quả.
- Đơn vị tư vấn cần có kinh nghiệm xây dựng và triển khai các ý tưởng truyền thông chiến dịch quy mô toàn quốc, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông xã hội và các hoạt động truyền thông do trẻ em/thanh thiếu niên khởi xướng. Đơn vị tư vấn cần chứng minh khả năng xây dựng ý tưởng sáng tạo chủ đạo (Creative Concept) và kế hoạch truyền thông cho các chiến dịch tương tự, ưu tiên các chiến dịch có sự tham gia có ý nghĩa của trẻ em trong việc triển khai và thực hiện. Ưu tiên có kinh nghiệm làm việc với các tổ chức phát triển, tổ chức phi chính phủ (NGO).

Nhà cung cấp sẽ được lựa chọn dựa vào các yêu cầu trên.

- Các tiêu chí đánh giá có thể được xem xét tính hợp pháp/ tính phù hợp của nhà cung cấp và xác nhận có thể đáp ứng các yêu cầu của SCI hay không.
- Các tiêu chí đánh giá định tính của nhà cung cấp (Ví dụ: Chất lượng, Thời gian hoàn thành, Kinh nghiệm)

VII. TRAO ĐỔI THÔNG TIN VÀ BÁO CÁO

Đơn vị/nhóm cung cấp giải pháp sáng tạo sẽ trao đổi thông tin và phối hợp chặt chẽ với nhóm Truyền thông, nhóm cán bộ chương trình Phát triển cộng đồng lấy trẻ em làm trọng tâm tại tỉnh Lào Cai – Tổ chức Cứu trợ trẻ em (cán bộ phụ trách Nguyễn Thị Thu Hà) và nhóm thanh thiếu niên (Thanh thiếu niên THPT được lựa chọn) thuộc chương trình SHIFT tại Lào Cai trong suốt chiến dịch. Với 03 điểm lưu ý khuyến nghị:

- Hợp kick-off; báo cáo tiến độ **thứ Sáu mỗi tuần kể từ ngày ký hợp đồng** qua email cho cán bộ SC phụ trách và cuộc gọi.
- Điểm soát giữa kỳ (tháng 08) & cuối kỳ (tháng 12) với đại diện tổ chức SC và nhóm thanh thiếu niên.
- Tổ chức SC giữ quyền yêu cầu chỉnh sửa ≤ 03 vòng/ sản phẩm mà không phát sinh phí.

Đơn vị/nhóm sáng tạo cam kết đảm bảo tuân thủ các quy định, chính sách của SC (Chính sách truyền thông, Quy định về nhận diện thương hiệu, Chính sách An toàn cho Trẻ em và Người lớn...) trong tất cả các hoạt động. SC sẽ gửi các chính sách này cho nhà cung cấp khi ký kết hợp đồng.

Báo cáo kết quả cuối cùng sẽ được xác nhận bởi Quản lý chương trình Phát triển cộng đồng lấy trẻ em làm trọng tâm tại tỉnh Lào Cai.

Phụ lục 1: YÊU CẦU VỀ SẢN PHẨM ĐẦU RA

STT	Sản phẩm đầu ra	Định dạng	Yêu cầu chất lượng sản phẩm	Deadline (dự kiến)
A	TẬP HUẤN KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SÁNG TẠO CHO THÀNH VIÊN NHÓM HỌC SINH NÒNG CỐT (SHIFTERS)			
	01. Chương trình tập huấn: 01. Nội dung tập huấn, gồm - Cung cấp kiến thức và kỹ năng về truyền thông (01 ngày) - Thực hành Kể chuyện truyền thông và sáng tạo nội dung đa nền tảng (01 ngày) - Thực hành thiết kế ấn phẩm truyền thông và thực hành lên kế hoạch sản xuất truyền thông theo nhóm (01 ngày) 01. Báo cáo sau tập huấn (không quá 5 trang chưa kể phụ lục) bao gồm các thông tin vắn tắt về tập huấn, và khuyến nghị sau tập huấn	Bản mềm có thể chỉnh sửa được (Word, PowerPoint, PDF)	- Ngôn ngữ: Tiếng Việt, sử dụng từ ngữ dễ hiểu, phù hợp với đối tượng học sinh trung học. - Thiết kế sinh động, hình ảnh rõ nét, thân thiện, phù hợp với thanh thiếu niên; cách thể hiện sáng tạo, cập nhật - Nội dung tập huấn logic, đầy đủ, chính xác về chuyên môn, thu hút sự học hỏi và tham gia. - Có ví dụ minh họa và bài tập thực hành.	Tháng 8/2025
B	CÓ VẤN VỀ GIẢI PHÁP VÀ KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SÁNG TẠO SỬ DỤNG TRONG CÁC CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG DO NHÓM NÒNG CỐT HỌC SINH KHỞI XƯỚNG VÀ THỰC HIỆN			
1	Tư vấn hướng dẫn 07 nhóm học sinh nòng cốt xây dựng, chỉnh sửa storyboard/kịch bản truyền thông			
	+) Kế hoạch hỗ trợ tại 7 trường (gồm thời gian, nội dung, người phụ trách, xác nhận của nhà trường/GV về chất lượng hỗ trợ)	- Kế hoạch hỗ trợ và kịch bản truyền thông: Word	- Mỗi nhóm có 01 kịch bản hoàn chỉnh được chỉnh sửa, tư vấn, phù hợp mục tiêu chiến dịch. - Bố cục rõ ràng, chi tiết, dễ thực hiện.	Tháng 8 - 11/2025

	+) Xác nhận hỗ trợ tại 7 trường (gồm thời gian, nội dung, người phụ trách, xác nhận của nhà trường/GV về chất lượng hỗ trợ) +) 07 kịch bản truyền thông đã được đơn vị tư vấn đóng góp ý kiến, hỗ trợ chỉnh sửa hoàn chỉnh	- Xác nhận của nhà trường/GV: ảnh chụp, scan, bản giấy	- Ngôn ngữ phù hợp với thanh thiếu niên	
2	Tư vấn hướng dẫn 07 nhóm học sinh thực hiện truyền thông, thông qua việc xây dựng các nội dung số, bài viết online, các thiết kế các sản phẩm truyền thông (hình ảnh video sử dụng trong các sự kiện, hoạt động truyền thông) của các nhóm học sinh nông cốt			
	+) Kế hoạch hỗ trợ tại 7 trường (gồm thời gian, hình thức hỗ trợ online/offline, nội dung, người phụ trách, xác nhận của nhà trường/GV về chất lượng hỗ trợ) +) Xác nhận hỗ trợ tại 7 trường (gồm thời gian, hình thức hỗ trợ online/offline, nội dung, người phụ trách, xác nhận của nhà trường/GV về chất lượng hỗ trợ) +) 07 bộ sản phẩm truyền thông đã được tư vấn đóng góp ý kiến, chỉnh sửa hoàn thiện (logo truyền thông, các tài liệu truyền thông, slogan, ...) kèm hướng dẫn sử dụng	- Kế hoạch hỗ trợ: Word - Xác nhận của nhà trường/GV: ảnh chụp, scan, bản giấy - Bộ sản phẩm truyền thông: +) Bản final định dạng Word, PDF, JPEG, PNG, MP4, hoặc các định dạng khác tùy theo tính chất sản phẩm +) Bản có thể chỉnh sửa được (Raw, clean)	- Mỗi nhóm có 01 bộ sản phẩm truyền thông hoàn chỉnh được chỉnh sửa, tư vấn, phù hợp mục tiêu chiến dịch, đạt các tiêu chí: • Phản ánh ý tưởng, tiếng nói, quan điểm thực sự của nhóm học sinh • Có sự tham gia thực chất của nhóm học sinh trong tất cả các bước xây dựng sản phẩm • Thông điệp rõ ràng, phù hợp lứa tuổi, ngôn ngữ tích cực. • Hình ảnh, màu sắc, cách thể hiện sinh động, sáng tạo, có lòng ghép nhận diện thương hiệu của SC • Có tư vấn sử dụng phù hợp với sản phẩm (ví dụ: caption gợi ý, các kênh truyền thông phù hợp, cách đăng, thời điểm đăng để tạo hiệu ứng truyền thông tốt...).	Tháng 8 - 12/2025

			Không có tranh chấp bản quyền về các hình ảnh/thông điệp sử dụng; Tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân.	
C	HỖ TRỢ TÀI LIỆU HÓA HOẠT ĐỘNG SHIFT 2025 (THU THẬP HÌNH ẢNH, VIDEOS VÀ DỰNG CLIP, TỜ RƠI)			
	01 Phim tài liệu Tổng kết chiến dịch truyền thông khoảng 6 - 8 phút, chất lượng video tối thiểu HD, có phụ đề Tiếng Anh.	Video MP4 final có logo và phụ đề Video MP4 bản clean (không có logo và phụ đề)	- Chất lượng hình ảnh Full HD trở lên. - Video có lồng tiếng/thu âm tiếng Việt và phụ đề tiếng Anh. - Nội dung phản ánh đúng tiến trình, kết quả, thông điệp của chiến dịch. - Kể chuyện hấp dẫn, sinh động. - Hình ảnh sắc nét, âm thanh rõ ràng. - Đồ họa tĩnh và đồ họa chuyển động mượt mà, thiết kế hiện đại, chuyên nghiệp, phù hợp nhận diện thương hiệu của SC và SHIFT	Tháng 8 – 11/2025
	01 Tài liệu Tổng kết báo cáo chiến dịch bằng Tiếng Anh và Tiếng Việt.	File Powerpoint hoặc link Canva (bản có thể chỉnh sửa)	- Thiết kế chuyên nghiệp, hiện đại, phù hợp nhận diện thương hiệu của SC và SHIFT. - Hình ảnh rõ nét, dung lượng đủ để in ấn. - Tóm tắt toàn bộ quy trình, kết quả, bài học kinh nghiệm. - Có dữ liệu, hình ảnh minh họa. - Song ngữ Việt - Anh.	

	01 bộ ảnh chất lượng cao ghi lại các hoạt động của chiến dịch (tối thiểu 50 ảnh/sự kiện/trường)	PNG/JPEG, RAW	- Mỗi sự kiện tối thiểu 50 ảnh/trường. - Ảnh sắc nét, bố cục hợp lý, ánh sáng đầy đủ. - Độ phân giải tối thiểu 300dpi, dung lượng mỗi ảnh tối thiểu 3MB, định dạng PNG hoặc JPEG chất lượng cao. - Thể hiện rõ sự tham gia chủ động của trẻ em, thanh thiếu niên (child-led, youth-led) trong các hoạt động. - Ghi lại được các nhóm trẻ đa dạng về độ tuổi, giới tính, đảm bảo tính đại diện và hòa nhập - Có ảnh thể hiện cảm xúc, tương tác, hành động cụ thể của trẻ trong các hoạt động. - Phù hợp để sử dụng cho các sản phẩm truyền thông quốc gia của SC, bao gồm in ấn khổ lớn.	
	01 sách ảnh (Photovoice book) tập hợp các hình ảnh đẹp và trích dẫn (chia sẻ, cảm nhận) của người tham gia từ các sự kiện thuộc chiến dịch tại các trường.	File PDF và Link Canva có thể chỉnh sửa	- Số lượng trang: tối thiểu 30 trang - Thiết kế đảm bảo nhận diện thương hiệu của SC và SHIFT - Hình ảnh đẹp, được chọn lọc từ bộ ảnh nói trên - Các trích dẫn được lựa chọn đắt giá, phản ánh cảm xúc tích cực, chân thật của người tham gia, thể hiện được tác động của chiến dịch - Phù hợp để in hoặc chia sẻ online. - Song ngữ Việt – Anh	

			Yêu cầu chung: Mọi sản phẩm được lưu trữ trực tuyến đều có thời hạn đảm bảo tối thiểu đến hết tháng 3 năm 2026. Lưu ý: Không có tranh chấp bản quyền về các hình ảnh/thông điệp sử dụng; Tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân.	
D. XÂY DỰNG KẾ HOẠCH CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA NĂM 2026				
	- 01 Tài liệu ý tưởng sáng tạo chủ đạo (Creative Concept) dài tối thiểu 15-20 trang, bao gồm: thông điệp chủ đề, hình ảnh chủ đạo (key visuals), khẩu hiệu (slogan), tông giọng (tone of voice), ý tưởng triển khai chiến dịch (activation ideas), được xây dựng dựa trên một trong bảy chiến dịch đã triển khai tại Lào Cai năm 2025, có điều chỉnh để phù hợp với quy mô chiến dịch cấp quốc gia và các ưu tiên chiến lược của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em. - 01 Kế hoạch truyền thông chi tiết, gồm: phân tích cách điều chỉnh nội dung và thông điệp từ cấp địa phương lên cấp quốc gia, mục tiêu truyền thông, thông điệp riêng cho từng nhóm tuổi, định dạng nội dung, kênh truyền thông, lộ trình triển khai tối thiểu 06 tháng, chỉ tiêu đánh giá (KPIs)	Tài liệu song ngữ (Tiếng Việt – Tiếng Anh), định dạng: Word, PDF, hoặc slide (file PowerPoint hoặc đường dẫn thiết kế trên canva)	- Nội dung đầy đủ, bao gồm (nhưng không giới hạn bởi): - Ý tưởng sáng tạo chủ đạo (Creative Concept), thông điệp, hình ảnh chủ đạo (key visuals), slogan, tone of voice. - Phân tích cách điều chỉnh từ chiến dịch tại Lào Cai sang quy mô toàn quốc. - Mục tiêu truyền thông, nhóm đối tượng, thông điệp từng nhóm tuổi. - Kênh truyền thông, timeline tối thiểu 6 tháng, KPIs. - Chất lượng nội dung: - Ý tưởng lớn bám sát vấn đề của chiến dịch gốc ở Lào Cai, phù hợp mở rộng quy mô toàn quốc. - Thể hiện rõ sự tham gia có ý nghĩa của trẻ em. - Phản ánh các ưu tiên chiến lược của Tổ chức Cứu trợ Trẻ em.	Tháng 9-12/2025

			• Không vi phạm các vấn đề nhạy cảm về chính trị, tôn giáo, xã hội. - Tính sáng tạo và khả thi: • Ý tưởng mới, hấp dẫn, phù hợp xu hướng truyền thông. • Hoạt động được thiết kế đa dạng, khả thi để trẻ em có thể tham gia hoặc tự thực hiện. - Cách trình bày: • Logic, dễ hiểu, có minh họa (sơ đồ, bảng biểu). • Ngôn ngữ trong sáng, phù hợp trẻ em, tránh thuật ngữ khó hiểu. - Bản quyền và tính pháp lý: • Sản phẩm mới, không sao chép, không vi phạm bản quyền. • Tài liệu tham khảo (nếu có) cần dẫn nguồn rõ ràng.	
--	--	--	---	--

Ví dụ về Impact video: <https://www.youtube.com/watch?v=e9m5GLCLr6o>

* *Ngôn ngữ của chiến dịch: Tiếng Việt (phụ đề Tiếng Anh*

