

DỰ ÁN
“CHIẾN DỊCH THÚC ĐẨY HÒA NHẬP DO NGƯỜI KHUYẾT TẬT KHỞI XƯƠNG”
(DỰ ÁN MIC)

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU

Tư vấn thiết kế và sản xuất các sản phẩm truyền thông về giới, bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới cho sáng kiến của Hội Người khuyết tật phường Hoàn Kiếm, Hà Nội

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Giới thiệu chung về tổ chức HI

Humanity & Inclusion (HI) – tên gọi mới của Fédération Handicap International – là một tổ chức nhân đạo và phát triển quốc tế, hoạt động tại hơn 60 quốc gia trong hơn 40 năm. HI làm việc cùng người khuyết tật và các nhóm dễ bị tổn thương nhằm thúc đẩy quyền con người, tăng cường sự tham gia xã hội và xây dựng các xã hội hòa nhập, nơi mọi người đều được tôn trọng và có cơ hội bình đẳng.

Tại Việt Nam, HI đã hiện diện và triển khai các chương trình từ năm 1989, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội và các tổ chức của người khuyết tật (OPDs).

2. Giới thiệu về Dự án MIC

Dự án **“Chiến dịch thúc đẩy Hòa nhập do người khuyết tật khởi xướng” (MIC)** được tài trợ bởi Liên minh Châu Âu (EU) và do HI phối hợp với Hội Người khuyết tật thành phố Hà Nội triển khai trong giai đoạn 2025–2027.

Mục tiêu của dự án là tăng cường sự tham gia có ý nghĩa của người khuyết tật trong các hoạt động phát triển, thúc đẩy hòa nhập xã hội và nâng cao năng lực cho các tổ chức của người khuyết tật.

3. Giới thiệu về sáng kiến

Sáng kiến **“Phụ nữ Hoàn Kiếm: Hiểu – Lên tiếng – Thay đổi”** được đề xuất và triển khai bởi Chi Hội phụ nữ khuyết tật phường Hoàn Kiếm với sự hỗ trợ kỹ thuật và tài chính từ Dự án MIC.

Trong khuôn khổ sáng kiến, hoạt động **“Truyền thông thay đổi nhận thức”** được triển khai sau hoạt động tập huấn **“Nâng cao nhận thức về giới và bạo lực trên cơ sở giới”** dành cho hội viên phụ nữ khuyết tật và người chăm sóc. Hai hoạt động có mối liên kết và bổ trợ cho nhau: khóa tập huấn giúp người tham gia nâng cao kiến thức, nhận diện các vấn đề về giới, bình đẳng giới và bạo lực trên cơ sở giới; hoạt động truyền thông tiếp theo sẽ chuyển hóa những kiến thức, trải nghiệm và câu chuyện thực tế thành các sản phẩm truyền thông nhằm lan tỏa nhận thức tích cực tới cộng đồng.

Thông qua việc xây dựng các sản phẩm truyền thông dựa trên những câu chuyện có thật của phụ nữ khuyết tật, người khuyết tật và người chăm sóc tại phường Hoàn Kiếm, sáng kiến hướng tới

thúc đẩy một cộng đồng an toàn, bình đẳng và hòa nhập, nơi phụ nữ khuyết tật được tôn trọng, có tiếng nói và có cơ hội tham gia đầy đủ vào đời sống xã hội.

Các sản phẩm dự kiến bao gồm **01 video, 02 clip, 02 bài viết chia sẻ và 02 poster/hình ảnh truyền thông** về giới, bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới.

Để thực hiện hoạt động này, HI cần tuyển tư vấn/nhà cung cấp có chuyên môn phù hợp để phát triển nội dung, thiết kế và sản xuất các sản phẩm truyền thông theo yêu cầu của dự án và OPD.

II. MỤC TIÊU VÀ PHẠM VI CÔNG VIỆC

1. Mục tiêu hoạt động

Xây dựng và sản xuất các sản phẩm truyền thông có chất lượng, dễ tiếp cận và phù hợp với nhiều nhóm đối tượng trong cộng đồng, dựa trên các câu chuyện thực tế của phụ nữ khuyết tật, người khuyết tật và người chăm sóc tại phường Hoàn Kiếm, nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về **giới, bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới**.

Hoạt động truyền thông là bước tiếp nối của khóa tập huấn nâng cao nhận thức về giới và bạo lực trên cơ sở giới, góp phần chuyển tải các kiến thức và thông điệp từ tập huấn thành những câu chuyện gần gũi, dễ hiểu và có khả năng lan tỏa tới gia đình, cộng đồng và xã hội.

Cụ thể, các sản phẩm truyền thông hướng tới:

- Nâng cao nhận thức của cộng đồng về giới, bình đẳng giới và các biểu hiện của bạo lực trên cơ sở giới;
- Khuyến khích thái độ tôn trọng, không định kiến và không phân biệt đối xử đối với phụ nữ khuyết tật;
- Lan tỏa thông điệp về quyền được sống an toàn, bình đẳng, được bảo vệ và được tiếp cận các cơ hội phát triển của phụ nữ khuyết tật;
- Khuyến khích phụ nữ khuyết tật chủ động lên tiếng, bảo vệ quyền lợi và tìm kiếm sự hỗ trợ khi cần thiết;
- Thúc đẩy vai trò của gia đình và cộng đồng trong việc tạo dựng môi trường sống không bạo lực, hòa nhập và bình đẳng;
- Giới thiệu những hình mẫu tích cực về phụ nữ khuyết tật tham gia lao động, sinh kế và đời sống cộng đồng, qua đó khẳng định năng lực, sự tự tin và khả năng làm chủ cuộc sống của phụ nữ.

2. Định hướng nội dung truyền thông

Các sản phẩm truyền thông được xây dựng từ những câu chuyện có thật của thành viên Chi Hội phụ nữ khuyết tật phường Hoàn Kiếm, người khuyết tật và người chăm sóc, bảo đảm sự đồng thuận của người chia sẻ và tuân thủ các nguyên tắc về an toàn, bảo mật và tôn trọng phẩm giá của nhân vật.

Nội dung truyền thông không chỉ tập trung vào các trải nghiệm về bạo lực mà hướng tới thể hiện những **thay đổi tích cực về nhận thức, hành động và sự trao quyền cho phụ nữ khuyết tật**, giúp cộng đồng hiểu rằng bình đẳng giới gắn liền với cơ hội được học tập, làm việc, tham gia xã hội và được quyết định cuộc sống của chính mình.

Các chủ đề có thể được khai thác bao gồm:

- Nhận diện các định kiến giới và định kiến liên quan đến phụ nữ khuyết tật;
- Quyền được sống an toàn, bình đẳng và không bị bạo lực;
- Kỹ năng lên tiếng, tìm kiếm hỗ trợ và bảo vệ bản thân khi gặp nguy cơ bạo lực;
- Vai trò của gia đình trong việc đồng hành, bảo vệ và tôn trọng quyền của phụ nữ khuyết tật;
- Những câu chuyện về sự tự tin, tham gia cộng đồng và đóng góp của phụ nữ khuyết tật trong đời sống xã hội;
- Câu chuyện về tiếp cận việc làm, sinh kế và trao quyền kinh tế cho phụ nữ khuyết tật như một yếu tố góp phần tăng cường sự độc lập, quyền tự quyết và bình đẳng giới.

3. Định hướng một sản phẩm truyền thông trọng tâm

Trong số các sản phẩm truyền thông, OPD mong muốn phát triển **ít nhất một video hoặc clip trọng tâm** dựa trên câu chuyện thực tế của một thành viên trong nhóm làm nghề thủ công **làm hoa từ vải tái chế** thuộc Chi Hội phụ nữ khuyết tật phường Hoàn Kiếm.

Thông qua câu chuyện của nhân vật, sản phẩm cần làm nổi bật sự tham gia của phụ nữ khuyết tật trong học nghề, lao động và tạo sinh kế, đồng thời thể hiện những thay đổi về sự tự tin, khả năng đóng góp và tham gia vào đời sống gia đình và cộng đồng.

Sản phẩm hướng tới thông điệp rộng hơn về **vai trò của phụ nữ trong tiếp cận việc làm và sinh kế**, khẳng định rằng phụ nữ khuyết tật hoàn toàn có năng lực lao động, sáng tạo và làm chủ cuộc sống của mình khi được tiếp cận cơ hội và môi trường phù hợp.

Tư vấn được khuyến khích đề xuất cách kể chuyện sáng tạo, lấy nhân vật làm trung tâm và bảo đảm thông điệp phù hợp với mục tiêu chung của sáng kiến về giới, bình đẳng giới, hòa nhập và phòng ngừa bạo lực trên cơ sở giới. Hình thức thể hiện có thể là phỏng vấn, kể chuyện, theo chân nhân vật trong quá trình làm việc hoặc kết hợp tái hiện những khoảnh khắc trong đời sống thực tế.

4. Tiêu chí lựa chọn câu chuyện truyền thông

Các câu chuyện được lựa chọn cần:

- Là câu chuyện có thật của phụ nữ khuyết tật, người khuyết tật hoặc người chăm sóc tại phường Hoàn Kiếm;
- Phản ánh trải nghiệm liên quan đến giới, bình đẳng giới, phòng ngừa hoặc ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới hoặc quá trình tăng cường quyền năng của phụ nữ;

- Có thông điệp tích cực, truyền cảm hứng và phù hợp với mục tiêu của sáng kiến;
- Thể hiện sự thay đổi về nhận thức, hành động, sự tự tin hoặc khả năng tham gia vào đời sống gia đình và cộng đồng;
- Ưu tiên các câu chuyện thể hiện vai trò chủ động của phụ nữ khuyết tật trong học nghề, việc làm, sinh kế, phát triển bản thân hoặc đóng góp cho cộng đồng;
- Được sự đồng ý của người chia sẻ về việc sử dụng câu chuyện, hình ảnh và thông tin cho mục đích truyền thông.

5. Phạm vi công việc

Tư vấn/nhà cung cấp sẽ phối hợp với HI và OPD để thực hiện các nhiệm vụ sau:

5.1. Xây dựng ý tưởng và nội dung

- Nghiên cứu các nội dung chính của khóa tập huấn về giới và bạo lực trên cơ sở giới đã được triển khai, để bảo đảm các sản phẩm truyền thông có thông điệp thống nhất và hỗ trợ cho hoạt động đào tạo;
- Tham vấn HI và OPD để thống nhất đối tượng tiếp nhận, thông điệp và định hướng nội dung của từng sản phẩm;
- Phối hợp xác định và lựa chọn các câu chuyện phù hợp theo các tiêu chí đã thống nhất;
- Làm việc với nhân vật/người chia sẻ câu chuyện để tìm hiểu, ghi nhận và phát triển nội dung phù hợp;
- Đề xuất hình thức thể hiện phù hợp cho từng câu chuyện, bao gồm kể chuyện, phỏng vấn, theo chân nhân vật, tái hiện tình huống thực tế hoặc các hình thức sáng tạo khác;
- Xây dựng ý tưởng, nội dung, kịch bản và/hoặc storyboard cho các sản phẩm trước khi sản xuất;
- Bảo đảm nội dung truyền thông chính xác, tích cực, không định kiến và phù hợp với các nguyên tắc về giới, khuyết tật và bảo vệ nhân vật.

5.2. Thiết kế và sản xuất sản phẩm truyền thông

Tư vấn/nhà cung cấp chịu trách nhiệm thiết kế và sản xuất tối thiểu:

- **01 video truyền thông:** Không quá **05 phút**; xây dựng từ câu chuyện thực tế; có thông điệp rõ ràng, phù hợp với mục tiêu hoạt động
- **02 clip truyền thông ngắn:** Không quá **03 phút/clip**; phù hợp để sử dụng trên các nền tảng truyền thông số
- **02 bài viết chia sẻ/câu chuyện truyền thông:** Khoảng **700–1.000 từ/bài**; nội dung dễ đọc, có câu chuyện và thông điệp rõ ràng
- **02 poster/hình ảnh truyền thông** về giới, bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới. Poster được thiết kế **khổ A3 (297 × 420 mm)** để sử dụng cho in ấn. Cung cấp

phiên bản kỹ thuật số có độ phân giải cao, phù hợp để đăng tải trên các nền tảng truyền thông trực tuyến.

Các sản phẩm có thể được xây dựng dưới hình thức kể chuyện, phỏng vấn, theo chân nhân vật, tái hiện tình huống thực tế hoặc hình thức phù hợp khác nhằm truyền tải các thông điệp tích cực về bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới.

Tư vấn/nhà cung cấp chịu trách nhiệm về quá trình sản xuất, bao gồm quay phim/chụp ảnh, thu âm, dựng phim, biên tập nội dung, thiết kế đồ họa và hoàn thiện sản phẩm, tùy theo yêu cầu của từng sản phẩm.

5.3. Bảo đảm tính tiếp cận

Tất cả sản phẩm phải được thiết kế và sản xuất theo nguyên tắc **truyền thông tiếp cận**, phù hợp với người khuyết tật và đa dạng đối tượng tiếp nhận.

Tùy theo hình thức sản phẩm, tư vấn cần:

- **Video và clip:** có phụ đề tiếng Việt đầy đủ, đồng bộ với lời nói và có **ngôn ngữ ký hiệu** phù hợp để người Điếc/người sử dụng ngôn ngữ ký hiệu có thể tiếp cận nội dung;
- Phần ngôn ngữ ký hiệu cần được bố trí với kích thước và vị trí phù hợp để người xem có thể theo dõi rõ ràng;
- **Bài viết:** sử dụng ngôn ngữ rõ ràng, đơn giản, dễ hiểu, hạn chế thuật ngữ chuyên môn không cần thiết;
- **Poster/hình ảnh:** bố cục rõ ràng, chữ dễ đọc, kích thước chữ và độ tương phản phù hợp;
- Hình ảnh, ngôn ngữ và cách kể chuyện phải tôn trọng phẩm giá của người khuyết tật, không sử dụng hình ảnh mang tính thương hại, kỳ thị hoặc củng cố định kiến về giới và khuyết tật.

5.4. Bảo vệ quyền riêng tư và an toàn của nhân vật

Do nội dung có thể đề cập đến trải nghiệm cá nhân về bạo lực hoặc các vấn đề nhạy cảm, tư vấn/nhà cung cấp phải:

- Bảo đảm nhân vật hiểu rõ mục đích, nội dung và phạm vi sử dụng câu chuyện, hình ảnh và/hoặc lời chia sẻ trước khi tham gia;
- Chỉ sử dụng hình ảnh, thông tin và câu chuyện khi đã có sự đồng ý phù hợp của nhân vật;
- Không công khai các thông tin có thể làm lộ danh tính hoặc gây nguy cơ cho nhân vật nếu chưa được đồng ý;
- Phối hợp với HI và OPD để xác định các thông tin cần bảo mật hoặc thay đổi, bao gồm tên, địa điểm, nghề nghiệp hoặc các chi tiết nhận diện khác;
- Có thể sử dụng người đóng thế, hình thức tái hiện hoặc các phương pháp kể chuyện khác khi cần thiết để bảo vệ quyền riêng tư và sự an toàn của nhân vật;

- Không sử dụng hình ảnh hoặc câu chuyện theo cách gây tổn thương, thương hại, kỳ thị hoặc làm giảm phẩm giá của người khuyết tật.

5.5. Duyệt và hoàn thiện sản phẩm

- Gửi ý tưởng, kịch bản và bản thiết kế/bản nháp cho HI và OPD xem xét trước khi sản xuất/đăng tải chính thức;
- Tiếp thu ý kiến góp ý của HI và OPD và chỉnh sửa sản phẩm theo các yêu cầu đã thống nhất;
- Bảo đảm sản phẩm cuối cùng tuân thủ các yêu cầu về nội dung, chất lượng, tính tiếp cận, bảo vệ nhân vật và **nhận diện (visibilities) của HI và nhà tài trợ**;
- Bàn giao đầy đủ các file sản phẩm ở định dạng phù hợp để HI/OPD có thể sử dụng trên các kênh truyền thông được thống nhất.

III. SẢN PHẨM BÀN GIAO

STT	Sản phẩm	Yêu cầu
1	Ý tưởng/kế hoạch nội dung	Đề xuất câu chuyện, thông điệp, hình thức thể hiện và kế hoạch sản xuất cho các sản phẩm
2	Kịch bản/storyboard	Kịch bản và/hoặc storyboard cho video, clip; được HI/OPD góp ý và thống nhất trước khi sản xuất
3	01 video truyền thông	Không quá 05 phút ; xây dựng từ câu chuyện thực tế; có thông điệp rõ ràng, phù hợp với mục tiêu hoạt động
4	02 clip truyền thông	Không quá 03 phút/clip ; phù hợp để sử dụng trên các nền tảng truyền thông số
5	02 bài viết chia sẻ	Khoảng 700–1.000 từ/bài ; nội dung dễ đọc, có câu chuyện và thông điệp rõ ràng
6	02 poster/hình ảnh truyền thông	Thiết kế trực quan, thông điệp ngắn gọn, dễ đọc và phù hợp để truyền thông trên nền tảng số/in ấn
7	File gốc	Bàn giao các file gốc có thể chỉnh sửa của thiết kế và các file video/hình ảnh theo yêu cầu của HI
8	Báo cáo/bản tổng hợp bàn giao	Tổng hợp các sản phẩm đã hoàn thành và các thông tin liên quan đến quá trình thực hiện

Toàn bộ sản phẩm phải được HI và OPD xem xét, góp ý và xác nhận hoàn thành trước khi nghiệm thu.

IV. THỜI GIAN THỰC HIỆN

Thời gian thực hiện dự kiến: 02 tháng, từ tháng 10-11 năm 2026.

Lịch trình chi tiết, bao gồm thời gian lựa chọn và khai thác câu chuyện, xây dựng nội dung/kịch bản, quay/chụp, thiết kế, biên tập và hoàn thiện sản phẩm, sẽ được thống nhất giữa HI, OPD và tư vấn sau khi ký hợp đồng.

Tư vấn/nhà cung cấp cần bảo đảm tiến độ theo kế hoạch đã thống nhất và có khả năng điều chỉnh lịch sản xuất phù hợp với thời gian và điều kiện của nhân vật.

V. VAI TRÒ VÀ TRÁCH NHIỆM

1. Tổ chức HI Việt Nam/Dự án MIC

- Cung cấp định hướng kỹ thuật, thông tin về dự án và các yêu cầu liên quan đến nội dung truyền thông;
- Phối hợp với OPD trong việc lựa chọn và xác nhận các câu chuyện truyền thông;
- Hỗ trợ kết nối với nhân vật và các bên liên quan khi cần thiết;
- Cung cấp và hướng dẫn các yêu cầu về **visibility, branding và truyền thông của HI và nhà tài trợ**;
- Góp ý và phê duyệt ý tưởng, nội dung, kịch bản và các sản phẩm trước khi hoàn thiện;
- Giám sát chất lượng và tiến độ thực hiện;
- Thực hiện các thủ tục mua sắm, ký kết hợp đồng và thanh toán theo quy định của HI;
- Tham gia nghiệm thu sản phẩm.

2. OPD

- Phối hợp với HI trong quá trình xây dựng và hoàn thiện TOR;
- Cung cấp thông tin về bối cảnh, nhu cầu và các câu chuyện phù hợp với mục tiêu của sáng kiến;
- Phối hợp lựa chọn và kết nối với nhân vật/người chia sẻ câu chuyện;
- Tham gia xây dựng và góp ý về thông điệp, nội dung và hình thức thể hiện;
- Tham gia theo dõi quá trình sản xuất và nghiệm thu sản phẩm.

3. Tư vấn/Nhóm tư vấn/Nhà cung cấp

- Làm việc với HI và OPD để thống nhất nội dung công việc, kế hoạch triển khai và yêu cầu kỹ thuật;
- Chủ động đề xuất ý tưởng và phương án sáng tạo phù hợp;
- Thực hiện đầy đủ các nhiệm vụ chuyên môn theo yêu cầu của TOR;

- Bảo đảm chất lượng, tính tiếp cận, tính chính xác và tính nhạy cảm về giới và khuyết tật của các sản phẩm;
- Tuân thủ các yêu cầu về bảo vệ nhân vật, bảo mật thông tin và đồng thuận;
- Tham vấn và tiếp thu ý kiến góp ý của HI và OPD trong quá trình thực hiện;
- Điều chỉnh, hoàn thiện sản phẩm theo các góp ý đã được thống nhất;
- Bàn giao đầy đủ sản phẩm cuối cùng và file gốc theo yêu cầu;
- Đảm bảo tiến độ, chất lượng và tính bảo mật của các thông tin liên quan.

VI. YÊU CẦU ĐỐI VỚI TƯ VẤN/NHÓM TƯ VẤN/NHÀ CUNG CẤP

- Có ít nhất 5 năm kinh nghiệm và chuyên môn phù hợp trong lĩnh vực truyền thông, báo chí, sản xuất video, thiết kế đồ họa hoặc sản xuất nội dung truyền thông;
- Có kinh nghiệm xây dựng các sản phẩm truyền thông dựa trên câu chuyện của con người/cộng đồng;
- Có kinh nghiệm sản xuất video, clip và/hoặc các sản phẩm truyền thông số;
- Có khả năng xây dựng nội dung truyền thông dễ hiểu, sáng tạo và phù hợp với các nhóm đối tượng khác nhau;
- Có hiểu biết hoặc kinh nghiệm về giới, bình đẳng giới, phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới và/hoặc quyền của người khuyết tật là một lợi thế;
- Có hiểu biết và kinh nghiệm về **truyền thông tiếp cận** cho người khuyết tật là một lợi thế;
- Có kinh nghiệm làm việc với cộng đồng, tổ chức xã hội hoặc các tổ chức của người khuyết tật là một lợi thế;
- Có khả năng tuân thủ các yêu cầu về bảo mật thông tin, bảo vệ nhân vật và các nguyên tắc đạo đức trong sản xuất nội dung truyền thông;
- Ưu tiên người khuyết tật hoặc các tổ chức của người khuyết tật đáp ứng yêu cầu chuyên môn.

VII. HỒ SƠ ĐỀ XUẤT

Ứng viên/đơn vị quan tâm vui lòng gửi hồ sơ bao gồm:

- Hồ sơ năng lực/CV của tư vấn, nhóm tư vấn hoặc đơn vị;
- Danh sách và mô tả một số sản phẩm truyền thông tương tự đã thực hiện (portfolio), đặc biệt là video, clip, bài viết và thiết kế truyền thông;
- Đề xuất phương pháp/ý tưởng thực hiện hoạt động;

- Dự kiến kế hoạch và tiến độ thực hiện;
- Đề xuất tài chính (*đề xuất tài chính phải bao gồm toàn bộ các chi phí cần thiết để hoàn thành các sản phẩm*)

HI và OPD có thể liên hệ ứng viên/đơn vị để trao đổi thêm hoặc làm rõ thông tin trước khi ký kết hợp đồng.

VIII. PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN

- Tư vấn/nhà cung cấp nộp đề xuất tài chính bao gồm toàn bộ chi phí liên quan và các loại thuế áp dụng (VAT hoặc thuế thu nhập cá nhân);
- Thanh toán theo tiến độ hoặc một lần sau khi tư vấn hoàn thành các nhiệm vụ được giao và cung cấp đầy đủ các sản phẩm đầu ra theo yêu cầu của HI, theo thỏa thuận trong hợp đồng;
- Các chi phí liên quan đến sản xuất (nếu có) phải được nêu rõ trong đề xuất tài chính.

IX. CÁC YÊU CẦU VỀ ĐẠO ĐỨC, BẢO VỆ VÀ HÒA NHẬP

Tư vấn/nhà cung cấp phải tuân thủ các chính sách và nguyên tắc của HI liên quan đến:

- Bảo vệ trẻ em;
- Phòng chống bóc lột, lạm dụng và quấy rối tình dục (PSEAH);
- Bình đẳng giới và hòa nhập;
- Bảo mật thông tin;
- Không phân biệt đối xử đối với người khuyết tật;
- Tôn trọng quyền riêng tư, phẩm giá, sự an toàn và quyền quyết định của nhân vật/người chia sẻ câu chuyện.

Đặc biệt, đối với các câu chuyện liên quan đến bạo lực trên cơ sở giới, tư vấn/nhà cung cấp phải tránh các hình thức thể hiện có thể **đổ lỗi cho nạn nhân, khai thác quá mức trải nghiệm đau thương hoặc làm gia tăng nguy cơ đối với nhân vật**.

Tất cả sản phẩm phải tuân thủ các yêu cầu về **visibility và nhận diện của HI và nhà tài trợ**, theo hướng dẫn được HI cung cấp và thống nhất trong quá trình triển khai.

X. THÔNG TIN LIÊN HỆ VÀ NỘP HỒ SƠ

Thông tin của tư vấn/đơn vị vui lòng gửi tới email: procurement@vietnam.hi.org

Hạn cuối nộp hồ sơ: 17:00 ngày 18 tháng 09 năm 2026.