|  |  |
| --- | --- |
| Številka: | 06294-1/2024,5 40010 |
| Datum: |  20.­ 6. 2024 |

**MERILA OCENJEVANJA V JAVNEM RAZPISU KOMUNICIRANJE O INTEGRITETI Z GENERACIJO Z**

|  |  |
| --- | --- |
| **MERILO**  | **Max. št. točk**  |
| **Usposobljenost in izkušnje**  | **15**  |
| **Doseganje ciljev projekta** | **65** |
| **Finančni načrt**  | **20** |
| **Skupno število točk**  | **100**  |

**RAZČLENJENA MERILA OCENJEVANJA:**

|  |  |
| --- | --- |
| **MERILO** | **Max. št. Točk** |
| **Usposobljenost in izkušnje**  | **15**  |
| Refrence prijavitelja:Prijavitelj ima izkušnje z izvedbo (komunikacijskih) aktivnosti, ki naslavljajo mlade. Prijavitelj ima izkušnje z analizo značilnosti in načinov komuniciranja z mladimi. Prijavitelj ima izkušnje z aktivnostmi, ki naslavljajo pomen vrednot. | 555 |
| **Doseganje ciljev projekta** | **65** |
| I.a. Projekt povzema tipične lastnosti, vrednote in segmentacijo generacije Z, mladih v starosti 15 do 29 let. Okvirna (nezavezujoča) struktura podajanja teh informacij v projektu je prikazan že v vlogi, s katero se prijavitelj prijavi na razpis. V okviru informacij o vrednotah so med drugim zaželene tudi čim bolj ažurne informacije o vedenju (poznavanju) in odnosu mladih do poštenosti in odgovornosti oziroma integriteti (vrednotah, ki tvorijo integriteto - poštenost, skladnost misli, besed in dejanj, verodostojnost, pristnost, transparentnost, odgovornost ipd.). Pri tem lahko izvajalec uporabi tako lastne ugotovitve kot tudi sekundarne slovenske in tuje vire na to temo. Izvajalec v vlogi na razpis opredeli, na kakšen način bodo v projektu podane informacije o lastnostih, vrednotah in morebitni segmentaciji populacije.  | **0-15**  |
| II.a Projekt podaja nabor najpogosteje uporabljanih kanalov komuniciranja mladih in z mladimi v starosti od 15 do 29 let, kot tudi predlog kanalov za učinkovito komuniciranje sporočil o integriteti tej populaciji.Projekt podaja nabor vseh uporabljanih kanalov komuniciranja mladih v starosti od 15 do 29 let, vključno z naborom družbenih medijev in influencerjev. Pri tem upošteva tudi morebitno segmentacijo populacije. Projekt vsebuje predlog najprimernejših kanalov za učinkovito komuniciranje sporočil o integriteti oziroma vrednotah, ki tvorijo integriteto, mladim v starosti med 15 in 29 leti. Pri tem nabor izkazuje tudi morebitno segmentacijo populacije. | **0 - 15**78 |
| III.a Projekt podaja več predlogov vsebine in učinkovitega načina komuniciranja sporočil o integriteti mladim v starosti od 15 do 29 let, upoštevajoč morebitno segmentacijo te populacije. Sporočila se na primeren način vsebinsko nanašajo na iztočnice, kot so:* Integriteta je zaželena in cenjena vrednota / lastnost oziroma integriteta se splača.
* Integriteta pomeni biti pošten, delovati v skladu s svojimi besedami in prepričanji v okviru dogovorjenih pravil, tudi ko nihče ne gleda.
* Z integritetnim delovanjem si lahko mladi ustvarijo boljši svet, boljšo prihodnost.
* Integriteten človek sprejme odgovornost za svoja ravnanja.
* Vsako dejanje ima posledice. Če narediš napako, bodi pošten in sprejmi odgovornost zanjo.
* Bodi pošten do sebe in drugih o tem, kakšen si.
* Poštenost in odgovornost ti dajeta moč v odnosih z drugimi.
* Integritetno ravnanje izraža pogum posameznika.

V vlogi za razpis morajo biti primeroma navedena tri (3) sporočila, ki bodo, poleg drugih, v projektu uporabljena kot vsebinski okvir za učinkovito komuniciranje o integriteti. Sporočila naj sledijo namenu a) informiranja – kaj je integriteta oziroma kaj je posamezna vrlina, ki tvori integriteto, b) razumevanja (zakaj je integriteta, poštenost oziroma druga vrlina, ki tvori integriteto, pomembna) in c) klica k akciji – poziv k poštenemu, odgovornemu, integritetnemu ravnanju oziroma k ravnanju v skladu s posamezno vrlino, ki tvori integriteto. | **0 - 20**  |
| IV.a Projekt vsebuje predloge, kako mladim od 15 do 29 let učinkovito predstaviti projekt Ambasadorjev integritete, ki ga je v obliki video izjav zasnovala Komisija in ki je dostopen na spletni strani: <https://www.kpk-rs.si/sl/aktivnosti-komisije/ambasadorji-integritete>.Projekt vsebuje predloge, na kakšne načine in prek katerih kanalov bi lahko z ambasadorji naslavljali mlade v starosti od 15 do 29 let.  | **0-15** |
| **Finančni načrt**  | **20**  |
| Finančni načrt Finančni načrt je izvedljiv, opredeljuje vse relevantne upravičene stroške, podaja smiselno oceno višine posameznih kategorij stroškov, upošteva rok za nastanek upravičenih stroškov do **20.11. 2024**.  | 0 – 20  |