

MŰSZAKI LEÍRÁS

Vállalkozási keretszerződés az Országos Egészségfejlesztési Intézet, TÁMOP-6.1.3.B-12/1-2013-0001 “Népegészségügyi kommunikáció fejlesztése” projektjének általános kommunikációs feladatainak (médiatervezési és médiavásárlási, kreatív tervezési, kivitelezési és gyártási, PR és rendezvényszervezési és promóciós feladatainak, valamint a kapcsolódó ügynökségi szolgáltatásoknak ellátására).

1. Médiavásárlással kapcsolatos feladatok

- Média stratégia készítés
- Médiaterv készítése
- Médiavásárlás
- Média kampányok utóértékelésére
- Egyéb ügynökségi szolgáltatások

2. Kreatív tervezéssel, gyártással kapcsolatos feladatok

- Kreatív stratégia készítés
- Kreatív tervezés (szövegírás, grafikai tervezés)
- Kreatív anyagok gyártása és produkciós munkák kivitelezése
- Egyéb ügynökségi szolgáltatások

3. PR és rendezvényszervezési és promóciós feladatok

- Átfogó PR stratégia kidolgozása
- PR kampányok tervezése
- PR kampányok lebonyolítása
- PR Szöveg- és beszédírás
- PR anyagok elkészítése (papír alapú, digitális és on-line megjelenésekkel kapcsolatos feladatok ellátása),
- PR filmek, fotó- és videó dokumentációk készítése,
- Sajtókapcsolati szolgáltatások,
- Sajtórendezvények szervezése,
- PR rendezvények szervezése
- Kríziskommunikációs feladatok ellátása,
- Egyéb ügynökségi szolgáltatások

Konkrét feladatok:

I. Médiavásárlással kapcsolatos feladatok

Feladat meghatározás

A médiafelületet vásárló feladata, hogy kommunikációs és médiaterv részletei alapján, a specifikációnak megfelelően (média-mix és ütemezés) lekösse kommunikációs üzenetek optimális hatékonyságú megjelenéséhez szükséges és elegendő médiakapacitást (felületet, adásidőt, stb.).

A megvalósított országos kommunikációs tevékenység mérhető módon érje el a célcsoportok legalább 90 %-át. A médiafelületet vásárlónak számolniuk kell azzal, hogy az OEFI – EKK bármely felület kapcsán a tervekben nem szereplő médium igénybevételét írhatja elő.

Projektidőszak meghatározása

A projekt 2013. június 15-én vette kezdetét, és 2015. június 14-én ér véget. A kétéves időtartam négy periódusból áll. Az I. félévet az induláshoz szükséges feladatok elvégzésére, a II. és III. félévet a kommunikációs stratégia, kommunikációs csatornák kialakítására, a IV. félévet a tartalmak és kommunikációs megjelenések összehangolása szánja az EKK.

Médiavásárlás

A médiafelületet vásárlónak a következő médiafelületeket kell figyelembe vennie a vásárlás alkalmából:

1. Online Médiafelületek

1.1. Banner

- leaderboard banner
- medium rectangle
- roadblock
- full banner
- vertical banner
- vertical rectangle
- skyscraper
- wide skyscraper
- square pop up banner
- button
- square button

1.2. Rich Média

- billboard
- flipside
- interstitial
- layer
- pushdown
- sidekick
- slider
- pre-roll spot
- post-roll spot
- overlay

1.3. PR cikk

2. Print Médiafelületek

2.1. Hagyományos képes vagy szöveges hirdetések

- 1-2-3-4-5 hasáb
- 1/1 oldal
- 1/2 oldal
- 1/3 oldal
- 1/4 oldal
- 1/8 oldal
- 1/16 oldal
- 2/1 oldalas
- 2/3 oldalas
- 2x 1/2 oldalas
- junior oldal
- B/II oldal
- B/III oldal
- B/IV oldal
- címlap hirdetés

2.2. PR cikk

3. Rádiós Médiafelületek

- spot
- exkluzív/kiemelt spot
- PR riport
- támogatás

4. Televíziós Médiafelületek

- TCR
- TV- szponzoráció
- Reklámidőn kívüli megjelenés
- Szponzorált program
- Promóciós nyereményjáték
- reklámspot
- műsorszponzoráció
- esemény-szponzoráció

5. Outdoor Médiafelületek

- billboard
- citylight
- kivilágított tábla
- hengeroszlop
- járműreklám: BKV járművek külső, illetve belső felületén, BKV metró kapaszkodón, BKV metró kocsik külső, illetve belső felületén, Volánbuszok külső, illetve Volánbusz belső felületén.

6. Egyéb Médiafelületek

(mind a négy – ha lehetséges - fentebb felsorolt médiafelületekhez kapcsolódhatnak)

- nyereményjátékok
- okostelefon hirdetések
- szöveges hivatkozások (link)
- képes ajánló (product placement)
- rovatszponzoráció
- multimédiás csatorna
- social media alkalmazások, hirdetések
- Adwords hirdetések, CPC hirdetések
- eDM
- M Flyer

Médiaügynökség feladatai

A médiafelületet vásárló feladata a médiavásárlás és az ügynökségi tevékenység ellátása, eltekintve a technikai feladatokról – vagyis a konkrét médiaeszközök gyártásától.

A médiafelület vásárló feladata továbbá az OEFI - EKK által jóváhagyott hirdetés megjelentetése az EKK által megadott médiumban a megadott, egyeztetett paraméterek (hirdetés mérete, elhelyezése, rádiós spot időtartama, sugárzási ideje, banner nagysága, megjelenésének hosszúsága stb.) szerint.

Negyedévente összefoglaló készítése az előzőleg megjelentetett hirdetésekről azok digitalizált változatával, valamint a szerződésben szereplő médiumok olvasottsági / hallgatottsági / látogatottsági adataival.

Kitételek

Az outdoor felületek médiavásárlása az alábbi arányok figyelembe vételével történjen:

- Budapest: 40%
- Vidék: 60%

Vidéki helyszínek alatt a megyeszékhelyeket, illetve megyejogú városok értendők.

II. Kreatív tervezéssel, gyártással, nyomdai kivitelezéssel kapcsolatos feladatok

Bevezetés, meghatározások:

A projekt keretében 2015. június 14-ig 110 darab önálló médiaprodukció gyártása várható. Ezek között vannak hagyományos televízió műsorok, vírusvideók, oktatófilmek, eseményvideók, társadalmi célú hirdetések, rádiós hanganyag, és animáció.

Önálló médiaprodukciónak nevezzük az összes olyan képes vagy hangos anyagot, amely különböző elektronikus (tv, rádió, internet) médiafelületeken megjelenhet.

A médiafelületek lehetnek:

- országos földfelszíni sugárzású televíziók (közmédia és kereskedelmi adók)
- kábelhálózaton vagy műholdról Magyarországon szabadon fogható magyar nyelvű televíziók
- helyi földfelszíni, vagy kábelhálózaton műsort sugárzó televíziók
- országos sugárzású rádiók (közmédia és kereskedelmi rádió)
- regionális vagy hálózatos rádiók, helyi rádiók
- mindezek internetes felületei
- magyar nyelvű internetes televíziók
- magyar nyelvű internetes rádiók
- az egészség.hu saját internetes közösségi felületei (facebook.com, youtube.com, vimeo.com, videa.hu, indavideo.hu stb.)

Műszaki jellemzők:

A produkciónkat három nagy csoportba soroljuk: filmek, televízió-műsorok, rádiós spotok, animációk.

A filmes produkciónkat minden esetben legalább 1920x1080i felbontásban kell elkészíteni. Ez a felbontási paraméter egyaránt vonatkozik a felvétel és késztermék minőségére is - tehát a produkcións cég nem alkalmazhat felkonverziót. A montírozáshoz digitális non-lineáris HD montírozó programot kell használni, (legalább Adobe Premiere CS6 vagy azzal egyenértékű).

A filmeket három csoportba sorolhatjuk: reklámfilmek (TCR és vírusvideók), önálló műsorszámok (televíziós műsor), kisfilmek (oktatófilmek, eseményvideók, az egészség.hu-ra szánt alkotások.)

Pénzügyileg két csoport létezik. A nagyköltségvetésűek közé tartoznak: a reklámfilmek és a televíziós műsor. A kisköltségvetésű közé tartozik a kisfilm illetve bizonyos esetekben a vírusvideók egy része is. A vírusvideók között lehet olyan, amely inkább a kisfilm kategóriába tartozik.

Filmes stábok, eszközök:

Reklámfilmek - műszaki paraméterek

professzionális DSLR technológiájú fényképezőgép

professzionális, variózásra is alkalmas objektív készlet (nagy látószögű objektív, teleobjektív stb.)

különleges látványt biztosító kamera (például: goPro)

kameramozgató eszközök (jimmy jib, steadicam, fahrt stb.)

professzionális kameratartó állvány

a forgatási helyszínek függvényében az előzetes terepszemle alapján meghatározott professzionális lámpapark és kiegészítők (derítők, lastolite, stb.)

hangrögzítés: kábeles és/vagy rádiófrekvenciás csatlakozású professzionális mikrofon, mikroport, boom mikrofon a forgatókönyv és a terepszemle alapján

Stáb (opcionális felsorolás):

rendező

operator

gyártásvezető

látvány technikus/világosító(k)

hangmester

technikus(ok)

vágó

díszletező(k)

berendező(k)

színész(ek)

statiszta(ák)

Önálló televíziós-műsor - műszaki paraméterek

Broadcast videokamera/DSLR technológiájú fényképezőgép (ha a műsorkoncepció megköveteli több kamera is lehet)

professzionális kameratartó állvány

különleges látványt biztosító kamera (például goPro)

kameramozgató eszközök (jimmy jib, steadicam, fahrt stb)

hangrögzítés: professzionális mikrofon, mikroport, boom mikrofon a forgatókönyv és a terepszemle alapján kábeles és/vagy rádiófrekvenciás csatlakozással

műterem (legalább 100 négyzetméter), legalább 3 kamerából álló kameralánc, a hozzátartozó stúdió, beépített broadcast világítással, FULL HD képkeverővel és digitális hangasztallal, rögzítő berendezésekkel

Stáb (opcionális felsorolás):

riporter(ek)

technikus(ok)

rendező

képvágó

műszaki vezető

vágó
szerkesztő
operatőr(ök)
gyártásvezető
rendezőasszisztens
világosító(k)
hangmester
műsorvezető
vendégek

Oktatófilm

Broadcast videokamera/DSLR technológiájú fényképezőgép)
professzionális kameratartó állvány
kameramozgató eszközök (jimmy jib, steadicam, fahrt stb)
hangrögzítés: professzionális mikrofon, mikorport, boom mikrofon a forgatókönyv és a terepszemle alapján kábeles és/vagy rádiófrekvenciás csatlakozással
lámpapark és kiegészítői (derítők, lastolite, stb.)

Stáb (opcionális felsorolás):

szerkesztő
technikus(ok)
vágó
szerkesztő
operatőr(ök)
gyártásvezető
világosító(k)
hangmester
vendégek, statisztéria

Eseményvideó - műszaki paraméterek

broadcast videokamera
professzionális kameratartó állvány
hangrögzítés: Electrovoice mikrofon kábeles és/vagy rádiófrekvenciás csatlakozással, professzionális rádiós/kábeles csiptetős mikrofon, boom mikrofon kábeles vagy rádiófrekvenciás csatlakozással
különleges látványt biztosító kamera (például goPro) külön, előzetes egyeztetés alapján

lámpapark és kiegészítói (derítők, lastolite, stb.)

Stáb:

riporter
operatőr
technikus
vágó

Rádiós spot:

A rádiós spot hangszigetelt, broadcast eszközökkel felszerelt stúdióban készüljön legalább stereo 128kbps formátumban.

Rádiós spot – műszaki paraméterek

süketszoba,

legalább nyolc csatornás broadcast digitális hangsztal, broadcast mikrofonok

Stáb:

hangmérnök, vágó

Animáció:

Az animációk készítésekor a megrendelői igények alapján a gyártó cégnek legalább három különböző projekttervet kell bemutatnia, amelyek közül a megrendelő kiválasztja a céljainak legmegfelelőbbet.

Médiaprodukciónak időtartama:

A TCR hossza függ a befogadó média előírásaitól, illetve a megvásárolt TCR időtől.

Az önálló televízió-műsor hossza nem haladhatja meg a 30 percet, optimális esetben bruttó 24-28 perc lehet egy műsor.

A vírusvideók hossza a megrendelői igények szerint változó. Figyelembe véve az általános követelményeket 0:20-5 perc hosszúságúak.

Az eseményvideók hossza 1:30-4 perc között változhat az esemény „hírértékének” és a megrendelői kérések függvényében.

Médiaprodukciónak elkészítési és leadási határideje:

A TCR, a vírusvideó, az önálló televízió-műsor és az egyéb kisfilm kategóriába sorolt produkciók leadásának határideje darabonként és esetenként változó, amelyeket az egyedi megrendelések szabályoznak. A produkciós cégnek minden egyes tervezethez részletes költségvetési tervet is mellékelnie kell. Ebben részletesen kifejti a produkció gyártásában részt vevő személyek és javak/eszközök költségeit.

A következő pontokban gyártási általános szabályok következnek. A napok száma maximum érték.

Reklámfilm (37 nap)

1. A megrendelő szinopszisa alapján a gyártó cég 5 nap alatt legalább 3 féle storyboardot dolgoz ki, és azt a megrendelőnek személyesen bemutatja.
2. A prezentációt követően a megrendelő 2 napon belül kiválasztja a számára megfelelő storyboardot.
3. A gyártó cégnek ezt követően 3 napon belül be kell mutatni a kidolgozott irodalmi és technikai forgatókönyvet.
4. A forgatókönyveket a megrendelő és a gyártó cég személyes egyeztetésen véglegesíti, legfeljebb 3 napon belül.
5. A gyártó cég ezt követően haladéktalanul hozzákezd a munkának és legfeljebb 15 napon belül az első verziót átadja megtekintésre a megrendelőnek.
6. A kézhez vétel után a megrendelőnek 4 napja áll rendelkezésre, hogy módosításokat kérjen, ezeket a gyártó cég 3 napon belül elvégzi és a kész verziót átadja. A módosítás nem terjedhet ki pótforgatásra, csak akkor, ha a felvétel műszaki hibás, vagy a gyártó cég önkényesen eltért az eredeti tervtől.
7. A megrendelőnek ezek után is joga van még díjtalan módosításhoz. Ez azonban már csak a vágást érintheti, semmilyen új elem nem kerülhet a filmbe. Erre a módosításra 2 napja van a produkciós cégnek.

Televízió-műsor sorozat: (34 nap)¹

1. A gyártó cég a megrendelő szinopszisa alapján, annak átvételétől számítva 5 napon belül legalább 3 féle műsortervet mutat be a megrendelőnek.
2. A produkciós cég személyes egyeztetésen ismerteti a terveket. A megrendelő 3 napon belül kiválasztja a neki legmegfelelőbbet.
3. Ezt követően a gyártó cégnek 12 napja van a pilotadás (tesztadás) elkészítésére és a bemutatására.
4. A megrendelő ekkor teheti meg módosítási javaslatait, a műsor szerkezeti elemeire, látvány és képi világára, és technikai paramétereire vonatkozóan. Erre a megrendelőnek 4 napja van.
5. A javításokra, és a műsorelemek véglegesítésére ezt követően 10 napja van a gyártó cégnek. Az újabb bemutató és megrendelői elfogadás után kezdődhet meg a televízió-műsor gyártása.
6. Az adásba kerülő riportokat és műsorvezetői szövegeket előzetesen be kell mutatni a megrendelőnek.
7. A kész adást, sorozat esetén adásokat a tervezett sugárzás előtt 8 nappal be kell mutatni a megrendelőnek. Ekkor a műsoron már csak technikai jellegű (vágókép csere, felirat változtatás, narráció módosítás) változtatás lehetséges.
8. A műsor elkészülését, leadási határidejét a produkciót befogadó televízió saját eljárási szabályai befolyásolhatják.

Oktatófilm: (31 nap)

1. A gyártó cég a megrendelő szinopszisa alapján, annak átvételétől számítva 5 napon belül legalább 3 féle filmtervet mutat be a megrendelőnek.
2. A produkciós cég személyes egyeztetésen ismerteti a terveket. A megrendelő 3 napon belül kiválasztja a neki legmegfelelőbbet.
3. Ezt követően a gyártó cégnek 12 napja van az oktatófilm elkészítésére és a bemutatására

4. A megrendelő ekkor teheti meg módosítási javaslatait. Erre a megrendelőnek 3 napja van.
5. A javításokra és a film véglegesítésére ezt követően 5 napja van a gyártó cégnek.
6. Az oktatófilmet népegészségügyi szakmai szempontból a kijelölt népegészségügyi témavezető felügyeli. A gyártás során a cég folyamatosan kapcsolatban van a téma népegészségügyi felelősével és a médiaprodukciós szakmai kapcsolattartóval.

Eseményvideó:

1. A forgatásról legkésőbb 24 órával az esemény előtt kell a gyártó céget értesíteni, megadva a helyszínt, az időpontot, és a lényegesebb szerkesztői igényeket.
2. A forgatás helyszínén a forgató stáb egyeztet a megrendelő képviselőjével, a szakmai kapcsolattartóval.
3. Ha riporteri narráció készül az anyaghoz, annak szövegét előzetesen be kell mutatni a megrendelőnek.
4. A megvágott riportfilmet a produkciós cég az eseményt követően haladéktalanul, de legkésőbb másnap reggel 8 óráig a megrendelőnek átadja, elérhetővé teszi az FTP szerveren és erről tájékoztatja a megrendelő képviselőit.
5. A megrendelő kifogásait a cég haladéktalanul javítja és a kész verziót 4 órán belül átadja.
6. Ha az eseményvideót a megrendelő adásképtelennek ítéli, nem fogadja el, akkor a gyártó cégnek haladéktalanul a megrendelő szakmai kapcsolattartójának a felügyelete mellett új verziót kell készítenie 12 órán belül.

Rádiós spot (12 nap)

1. A megrendelő szinopszisa alapján a gyártó cég 3 nap alatt legalább 3 féle verziót dolgoz ki, és azt a megrendelőnek személyesen bemutatja.
2. A prezentációt követően a megrendelő azonnal dönt a számára legmegfelelőbbről.
3. A gyártó cég ezt követően haladéktalanul hozzákezd a munkához és legfeljebb 5 napon belül bemutatja az első verziót a megrendelőnek.
4. A kézhez vétel után a megrendelőnek 1 napon belül kérhet módosításokat.
5. Ezeket a gyártó cég 3 napon belül elvégzi és a kész verziót átadja.

Animáció (31 nap)

1. A megrendelő szinopszisa alapján a gyártó cég 5 nap alatt legalább 3 féle verziót dolgoz ki, és azt a megrendelőnek személyesen bemutatja.
2. A prezentációt követően a megrendelő 3 napon belül dönt a számára legmegfelelőbbről.
3. A gyártó cég ezt követően haladéktalanul hozzákezd a munkához és legfeljebb 15 napon belül bemutatja az első verziót a megrendelőnek.
4. A kézhez vétel után a megrendelő 3 napon belül kérhet módosításokat.
5. Ezeket a gyártó cég 5 napon belül elvégzi és a kész verziót átadja.

A médiaprodukciós cégnek a fentiekén túl fel kell készülni havaria helyzetekre is, amikor legfeljebb 1 órán belül rendelkezésre kell állnia.

Médiaprodukciók hozzáférése, tárolása, jogdíjak:

Az elkészült filmeket többféle adathordozón (pendrive, DVD, blueray dvd) és távoli szerveren (FTP) kell hozzáférhetővé tenni.

A forgatott nyersanyagot két egymástól független tároló helyen (merevlemez, mobil merevlemez) kell őrizni, és a szerződés lejártakor át kell adni a megrendelőnek. A forgatott nyersanyagokhoz a megrendelő bármikor hozzáférhet, azt kérésre rendelkezésére kell bocsátani.

A nyersanyagok és a kész produkciók minden joga a megrendelőt illeti meg.

A médiaprodukciókban kizárólag jogtiszta zenék szerepelhetnek, a felhasználási jogok birtoklását a gyártó cégnek igazolnia kell a megrendelő felé.

Médiaprodukciók gyártási költségei:

A filmek gyártási költsége azok hosszától nem függhet. Az elszámolás alapját a gyártási napok (forgatás, vágás, keverés) képezik. Egy forgatási nap Budapesten és 50 kilométeres körzetében 10 munkaórát jelent, vidéken 8 munkaórát és az oda-vissza utazás időtartamát Töredék nap esetén a napidíj alapján kell az óradíjat kiszámolni. A gyártási költség tartalmazza az esetleges eszköz és szolgáltatás bérletét, az alkotógárda és az egyéb közreműködők díjazását is. A gyártó cég saját tulajdonú eszközeinek használatáért díjat nem számíthat fel.

A vágás időtartamába nem számít bele az az idő, amíg a felvett nyersanyagot beírják a számítógépbe.

A gyártási költségben minden olyan díjnak szerepelnie kell, ami a film végleges elfogadásáig előállhat.

A megrendelőnek a megtekintő kópia átvétele után 3 javító vágási kapacitás áll rendelkezésére díjmentesen.

A statiszták szervezését, a szükséges díszletelemeket, forgatási kellékeket a gyártó cég biztosítja. A díszletelemek és a forgatási kellékek, ha azok kifejezetten a megrendelő szakmai munkáját jellemzik, a szerződés lejártá után a gyártó cég birtokában, de a megrendelő használatában maradnak. Az amortizációs időszak után az eszközök és a díszletelemek a megrendelő tulajdonába kerülnek.

Nyomdai termékek kivitelezése

A dokumentáció tartalmazza a különböző nyomdaipari termékeket, melyek termékcsoporthoz, mennyiség, anyagminőség, és az alkalmazott nyomdaipari technológiák szerint kategorizálva vannak. Egy tételből értelemszerűen több kategória található, mely az éppen aktuális igény szerint kerül meghatározásra. A nyomda minden termékre előre meghatározott árat ad.

A nyomda biztosítson lehetőséget SOS munkák elkészítésére 24órás határidővel /sürgősségi felár esetenkénti meghatározásával.

A megállapodott határidőben, a megállapodott helyszínre szállítást a nyomda biztosítja.

A speciálisan felhasználható termékek esetén, mint például betonmatricák, falmatricák, üvegfóliák felhelyezése, és egyéb speciális ismereteket igénylő munkafázisokhoz szükség esetén szakember rendelkezésre bocsátását biztosítsák az ajánlatkérő számára.

Abban az esetben, amikor valamilyen nem papírminőségű, vagy speciális más cégek által gyártott termékre való nyomtatást kér az ajánlatkérő, a nyomda termékjavaslatot küld számára. A konkrét termékjavaslatot köteles a gyártás megkezdése előtt a megrendelővel egyeztetni, arról mintadarabot küldeni az általunk meghatározott címre, az igény írásos jelzését követő legrövidebb idő alatt.

Az ajánlatkérő által megrendelt termékek minden esetben az elérhető, lehető legjobb anyagminőségek felhasználásával készüljenek.

Minden leadott anyagot a nyomda legjobb tudása szerint köteles átnézni. Grafikai hibák, minőségi vagy csak nyomtatásban megjelenő anomáliák, helyesírási és egyéb hibák esetén köteles, a lehető legrövidebb idő alatt értesíteni a megrendelő kapcsolattartóját. Hibás anyagokat nem áll módjában átvenni az ajánlatkérőnek.

Bizonyos csoportok esetében több opcionális anyagminőség választhatósága, speciális anyagigényeket és technológiai megoldásokat lehetővé tenni (pl.: kőre, fára nyomtatás stb.)

III. PR és rendezvényszervezési és promóciós feladatok

Ajánlattevő feladata:

Promóciók, helyszíni kitelepülések/megjelenések (aktivitások, rendezvények) koncepciójának elkészítése, az esemény megszervezése és lebonyolítása budapesti és vidéki helyszíneken az Ajánlatkérővel egyeztetve, a Ajánlatkérő által előírtak alapján.

Lehetséges események típusai országszerte:

1. Kommunikációs és gerilla aktivitások, bemutatók, előadások, kiállítások, sajtótájékoztatók és egyéb helyi rendezvények, közösségi események szervezése, ezeken megjelenés biztosítása például:

- meglévő eseményeken
- saját rendezvényeken
- együttműködő partnerekkel, önkormányzatokkal együttműködésben
- részvétel (tömeg) sporteseményeken
- stb.

Lehetséges témák: egy vagy több téma (pl.: dohányzás, egészséges táplálkozás, testmozgás, szabadidősport, alkoholfogyasztás, felelős gyógyszer felhasználási, beteggyüttműködési gyakorlat, szűrőprogramok)

2. Iskolai aktivitások szervezése, részvétel iskolai eseményeken:

- iskolák közötti vetélkedők, versenyeken való részvétel
- iskolákkal való együttműködésben
- egyéb ifjúsági eseményeken való részvétel
- stb.

Lehetséges témák: fiatalokat érintő és érdeklő témák (pl.: dohányzás, egészséges táplálkozás, testmozgás, szabadidősport, alkoholfogyasztás, felelős gyógyszer felhasználási gyakorlat)

3. Egészségügyi szervezetekkel együttműködés, például

- vészhívó eseményeken megjelenés
- helyi mobil szűrővizsgálatokon megjelenés
- egyéb (sport) rendezvényekre való kitelepülés
- stb.

4. Országos kommunikációs aktivitások szervezése (pl.: road-showk, bemutatók, sportrendezvények, stb.) az alábbi témákban:

- családi élet, mint az egészség elsődleges meghatározója
- egészségkultúra fejlesztése a fiatalokban
- egészségmagatartás változtatása a középkorúaknál
- aktív, egészségesebb időskor
- az egészségügy általános társadalmi megítélésének és a lakosság tájékozottságának javítása, beleértve az orvos-beteg kapcsolat javítását és a pályaszocializációt
- stb.

A projekt során várhatóan megvalósítandó kommunikációs események száma: 300 db.

A rendezvények aránya: 80% budapesti, 20% vidéki helyszín.

Az Ajánlattevő feladata az Ajánlatkérővel együttműködésben, illetve az Ajánlatkérő utasításai alapján a promóciók, helyszíni kitelepülések/megjelenések teljes előkészítése, megszervezése és lebonyolítása, valamint esetenként utánkövetése is.