

**Государственный контракт № 01951000003200000070001  
на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической  
базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-  
просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения  
здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной  
кампании, социологическое исследование процесса» субъектами малого  
предпринимательства, социально ориентированными некоммерческими организациями**

г. Москва

26 мая 2020 г.

От имени Российской Федерации Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации, именуемое в дальнейшем «Заказчик», в лице первого заместителя Министра труда и социальной защиты Российской Федерации Вовченко Алексея Витальевича, действующего на основании приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 26 марта 2014 г. № 151, с одной стороны, и Общество с ограниченной ответственностью «Агентство гуманитарных технологий», именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице генерального директора Большедворской Ирины Юрьевны, действующего на основании Устава, с другой стороны, совместно именуемые в дальнейшем «Стороны», руководствуясь протоколом заседания Единой комиссии по осуществлению закупок Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 15 мая 2020 года № 3/0195100000320000007 принятому по результатам проведения открытого конкурса в электронной форме на право заключения государственного контракта на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса» (Извещение от 30 марта 2020 года № 0195100000320000007), идентификационный код закупки 201771091497177100100100850017220241, в целях реализации основного мероприятия 5.2 «Модернизация инструментов государственного управления охраной труда» подпрограммы «Безопасный труд» государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 298, заключили настоящий государственный контракт на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса» (далее – Контракт) о нижеследующем:

## **1. Предмет Контракта**

1.1. Исполнитель по заданию Заказчика обязуется выполнить научно-исследовательскую работу по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса» и передать полученные при выполнении Работ результаты в порядке и на условиях, предусмотренных Контрактом.

1.2. Заказчик обязуется принять и оплатить надлежащим образом выполненные Работы, предусмотренные пунктом 1.1. Контракта в порядке и на условиях, предусмотренных Контрактом.

1.3. Выполнение Работ по Контракту осуществляется в 1 этап.

1.4. Наименования, содержание Работ по Контракту, требования, предъявляемые к выполнению Работ, включая параметры, определяющие качественные и количественные характеристики Работ, особые условия выполнения Работ, место выполнения Работ, требования к результатам Работ, требования к отчетной документации и другие условия исполнения Контракта определяются в Техническом задании на выполнение Работ (приложение № 1 к Контракту) (далее - Техническое задание).

1.5. Сроки выполнения Работ, последовательность действий Исполнителя при выполнении Работ, устанавливаются в Календарном плане выполнения Работ (приложение № 2 к Контракту) (далее - Календарный план).

## **2. Общие положения Контракта**

2.1. Требования к выполняемым Работам:

2.1.1. Работы должны выполняться в соответствии с Техническим заданием, Календарным планом.

2.1.2. Перечень научной и иной документации, подлежащей оформлению и сдаче Исполнителем Заказчику в составе отчетной документации, определяется в Техническом задании.

2.1.3. Работы (результаты Работ) должны отвечать требованиям качества, безопасности жизни и здоровья, а также иным требованиям безопасности (санитарным нормам и правилам, государственным стандартам), сертификации, лицензирования, если такие требования предъявляются Контрактом и (или) законодательством Российской Федерации.

2.1.4. Работы должны быть выполнены в полном объеме и в сроки, предусмотренные Контрактом.

2.1.5. Датой начала выполнения Работ является дата подписания Контракта Сторонами, если иное не установлено в Техническом задании.

2.1.6. Работы по Контракту должны быть полностью выполнены Исполнителем, и отчетная документация в установленном Контрактом порядке передана Заказчику в срок, указанный в Техническом задании и Календарном плане.

В случае невозможности достижения результатов при проведении фундаментальных и поисковых научных исследований Исполнитель передает результат, теоретически и экспериментально доказывающий невозможность решения поставленной задачи.

2.1.7. Датой окончания выполнения Работ по Контракту является дата подписания Сторонами Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту (приложение № 4 к Контракту). Дата окончания выполнения Работ по Контракту не может быть позднее даты, указанной в Техническом задании и Календарном плане.

2.1.8. Досрочное выполнение Исполнителем Работ по Контракту возможно после согласования с Заказчиком. Оплата досрочно выполненных работ по Контракту производится в сроки, установленные Контрактом, если Сторонами не будут согласованы иные сроки при согласовании досрочного выполнения Исполнителем Работ.

2.1.9. Результат Работ может иметь маркировки, наклейки, знак охраны авторского права и иные знаки, определяемые в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2.1.10. Если результат Работ подлежит упаковке, то требования к упаковке определяются в Техническом задании.

2.1.11. Риск случайной гибели или случайного повреждения результата Работ до его передачи Заказчику несет Исполнитель.

2.1.12. Результат Работ передается Заказчику с необходимыми материалами к результату Работ.

### **3. Цена Работ и порядок оплаты**

3.1. Общая цена Работ по Контракту в соответствии с приложением № 3 к Контракту составляет 10 278 000 (Десять миллионов двести семьдесят восемь тысяч) рублей 00 копеек, НДС не облагается в соответствии с подпунктами 16 и 16.1 пункта 3 статьи 149 Налогового кодекса Российской Федерации.

3.2. Цена, указанная в пункте 3.1 Контракта, является твердой и не может изменяться в процессе его исполнения, за исключением случаев, предусмотренных пунктами 10.3 и 10.4 Контракта.

3.3. Общая стоимость Работ включает в себя все затраты, издержки и иные расходы Исполнителя, связанные с исполнением Контракта.

3.4. Оплата выполненных Работ по Контракту производится Заказчиком в пределах, доведенных ему в установленном порядке лимитов бюджетных обязательств по безналичному расчету перечислением денежных средств на счет Исполнителя.

3.5. Расчеты с Исполнителем осуществляются в пределах цены выполненных Работ в течение 5 (пяти) календарных дней с момента представления Исполнителем подписанного Сторонами акта сдачи-приемки Работ по Контракту.

3.6. Датой оплаты является дата списания средств с соответствующего счета, открытого территориальному органу Федерального казначейства.

### **4. Порядок приемки исполнения обязательств**

4.1. Перечень научной, технической и другой документации, подлежащей оформлению и сдаче Исполнителем Заказчику по окончании выполнения Работ, определяется Техническим заданием.

4.2. Исполнитель в соответствии с условиями Контракта обязан своевременно предоставлять достоверную информацию о ходе исполнения своих обязательств, в том числе о сложностях, возникающих при исполнении Контракта, а также к установленному Контрактом сроку обязан предоставить Заказчику результаты выполнения Работ, предусмотренных Контрактом, при этом Заказчик обязан обеспечить приемку выполненных Работ в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ).

4.3. Для проверки предоставленных Исполнителем результатов, предусмотренных Контрактом, в части их соответствия условиям Контракта Заказчик обязан провести экспертизу. Экспертиза результатов, предусмотренных Контрактом, может проводиться Заказчиком своими силами или к ее проведению могут привлекаться эксперты, экспертные организации на основании контрактов, заключенных в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

4.4. Для проведения экспертизы выполненных Работ эксперты, экспертные организации имеют право запрашивать у Заказчика и Исполнителя дополнительные материалы, относящиеся к условиям исполнения Контракта и отдельным этапам исполнения Контракта. В случае, если по результатам такой экспертизы установлены нарушения требований Контракта, не препятствующие приемке выполненных Работ, в заключении могут содержаться предложения об устранении данных нарушений, в том числе с указанием срока их устранения.

4.5. По решению Заказчика для приемки выполненных Работ, результатов отдельного этапа исполнения Контракта может создаваться приемочная комиссия, которая состоит не менее чем из пяти человек.

4.6. По окончании выполнения Работ Исполнитель представляет Заказчику, оформленный согласно ГОСТу 7.32-2017 отчет о выполнении НИР (не менее 2 экземпляров) с сопроводительным письмом и Актом сдачи-приемки выполненных работ, подписанным со стороны Исполнителя (2 экз.).

Один экземпляр отчета о выполнении НИР оформляется в соответствии с архивными требованиями (твердый переплет, сквозная нумерация страниц, лист-заверитель и т.д.).

К итоговому отчету по выполнению НИР должны прилагаться все отчетные документы в соответствии с Календарным планом (приложение № 2 к Контракту).

К итоговому отчету по выполнению НИР дополнительно прилагается:

- заключения двух независимых экспертов на научно-исследовательскую продукцию;
- аннотация научно-исследовательской продукции (не более 1,5 стр.);
- электронная версия итогового отчета на магнитном носителе (CD-диск);
- копия формы направления сведений о начинаемой научно-исследовательской, опытно-конструкторской и технологической работы, оформленной в соответствии с приложением № 1 к приказу Минобрнауки России от 31 марта 2016 г. № 341.

4.7. Приемка результатов выполненных Работ осуществляется Заказчиком в течение 5 (пяти) рабочих дней со дня получения Акта сдачи-приемки выполненных работ, который подписывается Заказчиком (в случае создания приемочной комиссии подписывается всеми членами приемочной комиссии и утверждается Заказчиком), либо Исполнителю в течение 5 (пяти) рабочих дней Заказчиком направляется в письменной форме мотивированный отказ от подписания Акта сдачи-приемки выполненных работ. В случае привлечения Заказчиком для проведения указанной экспертизы экспертов, экспертных организаций при принятии решения о приемке или об отказе в приемке результатов выполненных Работ Заказчик (приемочная комиссия) должен учитывать отраженные в заключении по результатам указанной экспертизы предложения экспертов, экспертных организаций, привлеченных для ее проведения.

4.8. Заказчик вправе не отказывать в приемке результатов выполненных Работ в случае выявления несоответствия этих результатов условиям Контракта, если выявленное несоответствие не препятствует приемке результатов выполненных Работ и устранено Исполнителем.

4.9. Если в процессе выполнения Работы выясняется неизбежность получения отрицательного результата или нецелесообразность дальнейшего проведения Работы, Исполнитель обязан приостановить ее, поставив об этом в известность Заказчика в трехдневный срок после приостановления Работ. В этом случае Стороны обязаны в десятидневный срок рассмотреть вопрос о целесообразности и возможных направлениях продолжения Работ. Бремя доказательства объективности прекращения Работы лежит на Исполнителе.

4.10. Прекращение Работ по Контракту наступает с момента принятия решения о нецелесообразности продолжения Работ и оформляется дополнительным соглашением.

4.11. По окончании исполнения Сторонами обязательств по Контракту Исполнитель в течение 5 (пяти) дней представляет Заказчику Акт сверки расчетов по Контракту (приложение № 5 к Контракту).

## **5. Права и обязанности Заказчика**

5.1. Заказчик вправе:

5.1.1. Требовать от Исполнителя надлежащего выполнения Работ по Контракту в соответствии с Техническим заданием, а также требовать своевременного устранения недостатков, выявленных как в ходе приемки выполненных Работ (их результатов), так и в течение гарантийного периода, если гарантийный срок установлен Техническим заданием.

5.1.2. Требовать от Исполнителя представления надлежащим образом оформленной отчетной документации, подтверждающей выполнение Работ по Контракту.

5.1.3. Привлекать экспертов, экспертные организации, специалистов и иных лиц, обладающих необходимыми знаниями, для участия в проведении экспертизы выполненных Работ и представленной Исполнителем отчетной документации.

5.1.4. Определять лиц, непосредственно участвующих в контроле за ходом выполнения Исполнителем Работ и (или) участвующих в сдаче-приемке Работ по Контракту.

5.1.5. В любое время проверять соответствие сроков совершения действий Исполнителем при выполнении Работ, срокам, установленным в Календарном плане, и качества выполняемых Исполнителем Работ, требованиям, установленным Контрактом без вмешательства в оперативно-хозяйственную деятельность Исполнителя. Если в результате такой проверки станет очевидным, что Работы не будут выполнены надлежащим образом и (или) в надлежащие сроки, Заказчик вправе направить Исполнителю Требование об устранении недостатков с указанием срока для устранения недостатков.

5.1.6. Осуществлять контроль за использованием результатов Работ, полученных при исполнении Контракта, в том числе передаваемых Исполнителем третьим лицам.

5.1.7. Принять решение об одностороннем отказе от исполнения Контракта по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом Российской Федерации.

5.2. Заказчик обязан:

5.2.1. Передавать Исполнителю необходимую для выполнения Работы информацию в соответствии с условиями Технического задания и Календарного плана.

5.2.2. Своевременно сообщать в письменной форме Исполнителю о недостатках, обнаруженных в ходе выполнения Работ или приемки исполненных обязательств.

5.2.3. Своевременно принять и оплатить надлежащим образом выполненные Работы в соответствии с Контрактом.

5.2.4. Осуществлять согласования, предусмотренные Техническим заданием.

5.2.5. Осуществлять взаимодействие с Исполнителем в соответствии с условиями Контракта.

## **6. Права и обязанности Исполнителя**

6.1. Исполнитель вправе:

6.1.1. Требовать своевременного рассмотрения и принятия решения о приемке выполненных Работ, и ее оформлении, подписании Заказчиком Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту на основании представленных Исполнителем отчетных документов либо мотивированного отказа Заказчика от подписания Акта сдачи-приемки выполненных работ по Контракту.

6.1.2. Требовать своевременной оплаты выполненных Работ в соответствии с подписанным Сторонами Актом сдачи-приемки выполненных работ по Контракту.

6.1.3. В порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, привлекать к исполнению своих обязательств по Контракту других лиц - соисполнителей только с согласия Заказчика. Исполнитель несет ответственность перед Заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств соисполнителями. Привлечение соисполнителей не влечет за собой изменения стоимости и объемов Работ по Контракту. Перечень Работ, выполненных соисполнителями, Исполнитель указывает в отчетной документации.

6.1.4. При привлечении Исполнителем соисполнителя к проведению Работ принадлежность исключительных прав на результаты Работ, созданные соисполнителем единолично либо совместно с Исполнителем, определяется на основании соглашения между Исполнителем и соисполнителем, с обязательным уведомлением Заказчика.

6.1.5. По согласованию с Заказчиком Исполнитель вправе выполнить работы, качество, технические и функциональные характеристики (потребительские свойства) которых являются

улучшенными по сравнению с качеством и соответствующими техническими и функциональными характеристиками, указанными в Контракте.

6.1.6. При досрочном выполнении Работ по Контракту Исполнитель в письменной форме уведомляет Заказчика о готовности представить для осуществления приемки отчетную документацию в соответствии с требованиями Контракта.

6.1.7. Правообладатель вправе распоряжаться правами на результаты Работ по своему усмотрению в соответствии с законодательством Российской Федерации, прилагая необходимые усилия для широкого внедрения созданных результатов Работ посредством распоряжения правами на них, а также соблюдая при этом обязательства, указанные в пункте 9.4 Контракта. Правообладатель обязан уведомлять право приобретателя о своих обязательствах, установленных пунктом 9.4 Контракта.

6.1.8. В случае если исключительные права на результаты Работ закрепляются за Российской Федерацией, Исполнитель имеет право безвозмездного использования результата Работ для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

В случае создания результата Работ соисполнителем соисполнитель также получает право использования результата Работ для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

6.2. Исполнитель обязан:

6.2.1. Своевременно и надлежащим образом выполнить Работы и представить Заказчику отчетную документацию.

6.2.2. Своевременно выполнить требования, предусмотренные Контрактом, а также нормативными правовыми актами Российской Федерации о государственном учете научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения, в том числе обеспечивать государственный учет сведений о Работе, о полученных результатах Работ, о правообладателях и правах на них, а также сведений об изменении состояния их правовой охраны и практическом применении в соответствии с законодательством Российской Федерации.

6.2.3. Согласовать с Заказчиком необходимость использования при выполнении Работ охраняемых результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат третьим лицам, и приобретение прав на их использование.

6.2.4. Урегулировать вопросы использования прав на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих третьим лицам, в объеме, достаточном для использования в рамках выполнения Работ.

6.2.5. С целью выявления охраноспособных результатов Работ проводить в процессе выполнения и (или) перед завершением Работ патентные исследования. Виды патентных исследований (уровень техники, патентоспособность либо патентная чистота) должны быть выбраны Исполнителем исходя из характеристик этапа и стадии жизненного цикла проекта, на котором выполняются такие патентные исследования.

6.2.6. Обеспечить конфиденциальность сведений о результате Работ, в том числе в режиме коммерческой тайны, до принятия решения о форме и способе его правовой охраны.

6.2.7. Предпринять меры, обеспечивающие правовую охрану и защиту, в том числе в случае необходимости, на зарубежных рынках результатов Работ, созданных при реализации Контракта. Принятие решений о патентовании, в том числе о распределении прав между сторонами, а также о распределении расходов на патентование, оформляется дополнительными соглашениями к Контракту.

6.2.8. Своими силами и за свой счет устранить допущенные по вине Исполнителя в процессе выполнения Работ недостатки в сроки, определенные Заказчиком, а если срок не

определен, то в течение 5 (пяти) дней с момента получения уведомления Заказчика с требованием об устранении недостатков.

В случае если в ходе научно-исследовательских работ обнаруживается невозможность достижения результатов вследствие обстоятельств, не зависящих от Исполнителя, Заказчик обязан оплатить стоимость Работ, проведенных до выявления невозможности получить предусмотренные Контрактом на выполнение научно-исследовательских работ результаты, но не свыше соответствующей части цены работ, указанной в Контракте.

6.2.9. Незамедлительно информировать Заказчика об обнаруженной невозможности получить ожидаемые результаты или о нецелесообразности продолжения работы.

6.2.10. Обеспечить передачу Заказчику полученных по Контракту результатов Работ, не нарушающих исключительных прав других лиц и не являющихся предметом залога, ареста или иного обременения.

6.2.11. В случае если правообладатель результата Работ в течение 3 лет с даты получения такого результата Работ не осуществил его отчуждение, передачу права на получение патента, либо не предоставил право его использования третьему лицу, правообладатель обязуется подать в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности заявление о возможности предоставления любому лицу права использования результата Работ (открытой лицензии).

6.2.12. Единолично (или совместно с соисполнителями) нести ответственность, а также расходы, связанные с разбирательствами по фактам нарушений, а также обеспечивать возмещение ущерба (убытков) и иных выплат в случаях, если к правообладателю результата Работ третьими лицами предъявлены претензии о нарушении их интеллектуальных прав, связанные с использованием такого результата Работ.

## **7. Ответственность Сторон**

7.1. Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, предусмотренных Контрактом, в соответствии с законодательством Российской Федерации.

7.2. В случае просрочки исполнения Исполнителем обязательств, предусмотренных Контрактом, Заказчик направляет Исполнителю требование об уплате пени.

Пеня начисляется за каждый день просрочки исполнения Исполнителем обязательства, предусмотренного контрактом, начиная со дня, следующего после дня истечения установленного контрактом срока исполнения обязательства, и устанавливается контрактом в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пени ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации от цены контракта, уменьшенной на сумму, пропорциональную объему обязательств, предусмотренных контрактом и фактически исполненных Исполнителем, за исключением случаев, если законодательством Российской Федерации установлен иной порядок начисления пени.

7.3. За каждый факт неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательств, предусмотренных Контрактом (за исключением просрочки исполнения обязательств, предусмотренных Контрактом, в том числе гарантийного обязательства), Заказчик направляет Исполнителю требование об уплате штрафа. Размер штрафа определяется в соответствии с Правилами определения размера штрафа, начисляемого в случае ненадлежащего исполнения Заказчиком, неисполнения или ненадлежащего исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательств, предусмотренных контрактом (за исключением просрочки исполнения обязательств заказчиком, поставщиком (подрядчиком, исполнителем)),

утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042 (далее – постановление Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042), и составляет 5000 (Пять тысяч) рублей 00 копеек.

7.4. За каждый факт неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательства, предусмотренного Контрактом, которое не имеет стоимостного выражения, размер штрафа устанавливается в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042, и составляет 5000 (Пять тысяч) рублей 00 копеек.

7.5. В случае просрочки исполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, а также в иных случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом Исполнитель вправе потребовать уплаты неустоек (штрафов, пеней). Пени начисляется за каждый день просрочки исполнения обязательства, предусмотренного Контрактом, начиная со дня, следующего после дня истечения установленного Контрактом срока исполнения обязательства. Такая пеня устанавливается Контрактом в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пеней ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации от не уплаченной в срок суммы.

В случае нарушения Исполнителем сроков выполнения Работ, предусмотренных Контрактом, Заказчик не несет ответственность, установленную настоящим пунктом Контракта.

7.6. За каждый факт неисполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, за исключением просрочки исполнения Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, Исполнитель вправе потребовать уплаты штрафа. Размер штрафа определяется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.08.2017 № 1042 и составляет 5000 (Пять тысяч) рублей 00 копеек.

7.7. Общая сумма начисленных штрафов за неисполнение или ненадлежащее исполнение Исполнителем обязательств, предусмотренных Контрактом, не может превышать цену Контракта.

7.8. Общая сумма начисленных штрафов за ненадлежащее исполнение Заказчиком обязательств, предусмотренных Контрактом, не может превышать цену Контракта.

7.9. Сторона освобождается от уплаты неустойки (штрафа, пени), если докажет, что неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства, предусмотренного Контрактом, произошло вследствие непреодолимой силы или по вине другой Стороны.

7.10. Исполнитель при заключении Контракта должен предоставить Заказчику обеспечение исполнения Контракта в размере 10% от цены Контракта.

В случае если предложенная участником закупки цена Контракта снижена на 25% и более по отношению к начальной (максимальной) цене Контракта, обеспечение исполнения Контракта предоставляется в соответствии со статьей 37 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

Если Исполнителем является казенное учреждение обеспечение исполнения контракта не требуется.

Участник закупки, с которым заключается контракт по результатам определения поставщика (подрядчика, исполнителя) в соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 30 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ, освобождается от предоставления обеспечения исполнения контракта, в том числе с учетом положений статьи 37 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ, в случае предоставления таким участником закупки информации, содержащейся в реестре контрактов, заключенных заказчиками, и подтверждающей исполнение таким участником (без учета правопреемства) в течение трех лет до даты подачи заявки на участие в закупке трех контрактов, исполненных без применения к такому участнику неустоек (штрафов, пеней). Такая информация представляется участником закупки до заключения контракта в случаях, установленных Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ для предоставления обеспечения исполнения контракта. При этом сумма цен таких контрактов



должна составлять не менее начальной (максимальной) цены контракта, указанной в извещении об осуществлении закупки и документации о закупке.

7.11. Исполнение обязательств Исполнителя по Контракту, в том числе по уплате неустойки (штрафа, пени), возврату аванса, возмещения убытков, а также начисленных за несвоевременную их уплату процентов, иных денежных обязательств обеспечивается банковской гарантией от 20 мая 2020г. № М60295, выданной «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (публичное акционерное общество), сроком действия до 31 января 2021 г. включительно в размере 1 027 800 (Один миллион двадцать семь тысяч восемьсот) рублей 00 копеек, реестровый номер банковской гарантии М60295.

Предъявление требования к оплате осуществляется в случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения Исполнителем обязательств по Контракту.

Срок действия представленного Исполнителем обеспечения исполнения Контракта в виде банковской гарантии должен превышать срок действия контракта не менее чем на один месяц. В случае если по независящим от Исполнителя причинам действие банковской гарантии прекратится до установленного Контрактом срока, Исполнитель должен представить иное (новое) обеспечение исполнения Контракта в течение 5 (пяти) дней со дня, когда Исполнитель узнал или должен был узнать, что обязательство гаранта перед бенефициаром по банковской гарантии прекращено.

В ходе исполнения Контракта Исполнитель вправе изменить способ обеспечения исполнения Контракта и (или) предоставить Заказчику взамен ранее предоставленного обеспечения исполнения контракта новое обеспечение исполнения Контракта, размер которого может быть уменьшен в порядке и случаях, которые предусмотрены частями 7.2 и 7.3 статьи 96 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ.

В случае отзыва в соответствии с законодательством Российской Федерации у банка, предоставившего банковскую гарантию в качестве обеспечения исполнения Контракта, лицензии на осуществление банковских операций Исполнитель обязан предоставить новое обеспечение исполнения Контракта не позднее одного месяца со дня надлежащего уведомления Заказчиком Исполнителя о необходимости предоставить соответствующее обеспечение. Размер такого обеспечения может быть уменьшен в порядке и случаях, которые предусмотрены частями 7, 7.1, 7.2 и 7.3 статьи 96 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ. За каждый день просрочки исполнения Исполнителем обязательства, предусмотренного настоящим пунктом, начисляется пеня.

Пеня начисляется за каждый день просрочки исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательства, предусмотренного контрактом, начиная со дня, следующего после дня истечения установленного контрактом срока исполнения обязательства, и устанавливается контрактом в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пени ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации от цены контракта, уменьшенной на сумму, пропорциональную объему обязательств, предусмотренных контрактом и фактически исполненных поставщиком (подрядчиком, исполнителем), за исключением случаев, если законодательством Российской Федерации установлен иной порядок начисления пени.

7.12. В случае если причиненный Исполнителем ущерб и (или) неустойка (штраф, пени) не могут быть возмещены за счет предоставленного обеспечения исполнения контракта, и Исполнителем в установленный срок не уплачены указанные в требовании Заказчика сумма возмещения ущерба и (или) неустойки (штрафа, пени), Заказчик из суммы оплаты по Контракту перечисляет от лица Исполнителя в соответствующий бюджет начисленную сумму возмещения ущерба и (или) неустойки (штрафа, пени).

7.13. Оплата Исполнителем неустойки (штрафа, пени) или применение иной формы ответственности не освобождает его от исполнения обязательств по Контракту.

7.14. Условия освобождения Сторон от ответственности:

7.14.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по Контракту в случае наступления обстоятельств непреодолимой силы.

7.14.2. Сторона, пострадавшая от обстоятельств непреодолимой силы, обязана незамедлительно уведомить другую Сторону о возникновении такого события, виде и возможности продолжительности действия обстоятельств непреодолимой силы. Факт непреодолимой силы должен быть подтвержден уполномоченным государственным органом.

7.14.3. Сторона, пострадавшая от обстоятельств непреодолимой силы, должна предпринять все разумные меры, чтобы в кратчайшие сроки преодолеть невозможность выполнения своих обязательств по Контракту, а также уведомить другую Сторону о восстановлении нормальных условий.

7.14.4. Стороны должны принять все разумные меры для сведения к минимуму последствий любого обстоятельства непреодолимой силы.

## **8. Порядок разрешения споров, претензии Сторон**

8.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть из Контракта между Сторонами, будут разрешаться путем переговоров, в том числе в претензионном порядке.

8.2. Претензия оформляется в письменной форме и направляется той Стороне по Контракту, которой допущены нарушения его условий. В претензии перечисляются допущенные при исполнении Контракта нарушения со ссылкой на соответствующие положения Контракта или его приложений, отражаются стоимостная оценка ответственности (неустойки), а также действия, которые должны быть произведены Стороной для устранения нарушений.

8.3. Срок рассмотрения писем, уведомлений или претензий не может превышать 7 (семь) календарных дней с момента их получения, если иные сроки рассмотрения не предусмотрены Контрактом. Переписка Сторон может осуществляться в виде письма или телеграммы, а в случаях направления телекса, факса, иного электронного сообщения с последующим предоставлением оригинала документа.

8.4. При неурегулировании Сторонами спора в досудебном порядке спор разрешается в судебном порядке.

## **9. Права и обязанности Сторон, связанные с использованием результатов интеллектуальной деятельности**

9.1. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, созданные в рамках Контракта, принадлежат Российской Федерации.

9.2. Исключительные права на результаты Работ закрепляются за Российской Федерацией с правом безвозмездного использования Исполнителем для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

В случае создания результата Работ соисполнителем, соисполнитель также получает право использования результата Работ для собственных нужд, в том числе для дальнейших исследований и разработок, в течение всего срока действия исключительного права.

9.3. Расходы по обеспечению правовой охраны результатов Работ при закреплении прав на них осуществляются за счет выделяемых Заказчику средств федерального бюджета.

9.4. Распоряжение исключительными правами от имени Российской Федерации осуществляет Заказчик.

9.5. Исполнитель обязан представить Заказчику документы, подтверждающие наличие правовых оснований для использования при выполнении Работ по Контракту ранее созданных результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат третьим лицам.

9.6. В случае несанкционированного использования ранее созданных результатов интеллектуальной деятельности ответственность перед правообладателями полностью возлагается на Исполнителя.

## **10. Срок действия, изменение и расторжение Контракта**

10.1. Контракт вступает в силу со дня подписания его Сторонами.

10.2. Контракт действует до 31 декабря 2020 года.

10.3. Изменение положений Контракта допускается в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

10.4. Изменение существенных условий Контракта при его исполнении не допускается, за исключением их изменения по соглашению Сторон в следующих случаях:

1) при снижении цены Контракта без изменения предусмотренных Контрактом объема Работы, качества выполняемой Работы и иных условий Контракта;

2) если по предложению Заказчика увеличивается предусмотренный Контрактом объем Работы не более чем на десять процентов или уменьшается предусмотренный Контрактом объем выполняемой Работы не более чем на десять процентов. При этом по соглашению Сторон допускается изменение с учетом положений бюджетного законодательства Российской Федерации цены Контракта пропорционально дополнительному объему Работы исходя из установленной в Контракте цены единицы Работы, но не более чем на десять процентов цены Контракта. При уменьшении предусмотренного Контрактом объема Работы Стороны Контракта обязаны уменьшить цену Контракта исходя из цены единицы товара, работы или услуги;

3) в случаях, предусмотренных пунктом 6 статьи 161 Бюджетного кодекса Российской Федерации, при уменьшении ранее доведенных до Заказчика как получателя бюджетных средств лимитов бюджетных обязательств. При этом Заказчик в ходе исполнения Контракта обеспечивает согласование новых условий Контракта, в том числе цены и (или) сроков исполнения Контракта и (или) объема Работы, предусмотренных Контрактом.

10.5. Изменения оформляются в письменном виде путем подписания Сторонами Дополнительного соглашения к Контракту. Все приложения и Дополнительные соглашения являются неотъемлемой частью Контракта. Дополнительное соглашение вступает в силу со дня подписания его Сторонами.

10.6. Расторжение Контракта допускается по соглашению Сторон, по решению суда, в случае одностороннего отказа стороны Контракта от исполнения Контракта в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.

## **11. Прочие условия Контракта**

11.1. Права на результаты Работ, не являющиеся объектами исключительных прав, (отчетная, техническая и иные виды документации) принадлежат Заказчику.

Исполнитель вправе использовать полученные им результаты Работ, не являющиеся результатами интеллектуальной деятельности, для собственных нужд. Использование Исполнителем указанных результатов в работах по заказу третьих лиц, а также передача третьим лицам допускается только с письменного разрешения Заказчика и на условиях, определенных Заказчиком.

11.2. Оплата Работ по Контракту осуществляется за счет средств федерального бюджета, предусмотренных на указанные цели Министерству труда и социальной защиты Российской Федерации на 2020 год по разделу 10, подразделу 05, целевой статье 07 5 02 90019, виду расходов 241 (ОКПД – 72.20.19.000).

11.3. Оформление и обмен документами о приеме работ допускается в форме электронных документов, подписанных электронной подписью в Единой информационной системе в сфере закупок.

11.4. В качестве первичных учетных документов, подтверждающих (сопровождающих) выполнение Работ, допускается представление универсального передаточного документа (счета-фактуры (при наличии), в том числе корректировочных документов к ним).

11.5. Для контроля (мониторинга) исполнения Контракта и информирования Сторон о выявленных недостатках исполнения Контракта Стороны предоставляют друг другу информацию о лицах (кураторах), ответственных за ведение переговоров, согласование и передачу документов в рамках исполнения Контракта, с указанием их контактных данных (телефон, адрес электронной почты).

## 12. Реквизиты и подписи Сторон

<b>ЗАКАЗЧИК:</b>	<b>ИСПОЛНИТЕЛЬ:</b>
<b>Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации</b>  103132, г. Москва, ул. Ильинка, 21 ИНН 7710914971, КПП 771001001 ОКТМО 45382000 ОГРН 1127746460885 Межрегиональное операционное УФК (Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации, лицевой счет № 03951001490) Банк получателя: Операционный департамент Банка России г. Москва Расчетный счет 40105810700000001901 БИК 044501002	<b>Общество с ограниченной ответственностью «Агентство гуманитарных технологий»</b> Адрес местонахождения: 101990, г. Москва, ул. Маросейка, дом 3/13, строение 1, кабинет 6 Почтовый адрес: 101990, г. Москва, ул. Маросейка, дом 3/13, строение 1 ИНН 7701268785, КПП 770101001 ОГРН 1027739108495 ОКПО 56722722, ОКТМО 45375000000 Дата постановки на учет в налоговом органе - 23.08.2002 Тел. 495 624 03 01 р/с 40702810638120011995 ПАО «Сбербанк России» к/с 30101810400000000225 БИК 044525225

## ПОДПИСИ СТОРОН

**ЗАКАЗЧИК:**  
 Первый заместитель Министра труда  
 и социальной защиты Российской Федерации

\_\_\_\_\_ А.В. Вовченко  
 М.П.

**ИСПОЛНИТЕЛЬ:**  
 Генеральный директор Общества  
 с ограниченной ответственностью  
 «Агентство гуманитарных технологий»

\_\_\_\_\_ И.Ю. Большедворская  
 М.П.

Приложение № 1 к Контракту  
от 26 мая 2020 г. № 01951000003200000070001

### **Техническое задание**

**на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса»**

1. Наименование и описание объекта закупки: выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса» (далее – Работы, НИР, Разработка).

2. Характеристики и объем (содержание) выполняемых работ:

2.1. Актуальность исследования:

Актуальность Разработки обусловлена необходимостью обеспечения эффективности общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе в 2020 году.

Эффективная Разработка в среднесрочной перспективе будет способствовать:

- Реализации подпрограммы «Безопасный труд» Государственной программы «Содействие занятости населения».
- Внедрению предупредительной модели управления охраной труда.
- Модернизации инструментов государственного управления охраной труда.
- Стимулированию работодателей к улучшению условий труда на рабочих местах.
- Реализации государственных задач по снижению показателей производственного травматизма.

2.2. Цель выполнения НИР:

Цель работ – обеспечение эффективности общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе в 2020 году.

Группы целевой аудитории:

Ключевой акцент в коммуникациях должен быть направлен на четыре основные группы целевых аудиторий: начинающие сотрудники с небольшим трудовым стажем и малым опытом, студенты и школьники; высококвалифицированные работники с большим трудовым стажем; руководители и главы крупных предприятий, сотрудники профильных служб и организаций по охране труда.

Ключевые инструменты:

- Креатив
- Медиа
- Система активности
- Инфраструктура

2.3. Объем (содержание) выполняемых работ:

Состав разделов:

## **Раздел 1. Разработка и реализация стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях**

### 1.1. Термины и определения:

- Социальная сеть – сайт, являющийся площадкой для социального взаимодействия между людьми, группами людей и организациями.
- Контентный план – список запланированных к публикации тем, составленный на краткосрочную или долгосрочную перспективу.
- Контент – готовые к публикации посты на предстоящий период.
- Пост – короткое сообщение в профиле сообщества или группы в социальной сети, появляющийся в ленте пользователей этого сообщества на основе алгоритмов социальной сети.
- Рейтинг – текст, соответствующий тематике сообщества и актуальный для его аудитории, используемый в посте.
- Визуализация – изображение или видео, иллюстрирующая или поддерживающая основную мысль текстовой части поста.
- Модерация – проверка комментариев и личных обращений в сообществе на соответствие тематике и его правилам; обеспечение процесса коммуникации при его необходимости в группе.
- Продвижение – действия, направленные на привлечение аудитории к контенту сообщества.
- Спам – массовая рассылка, навязывание нежелательной информации лицам, не выразившим желания их получать.
- Хештег – слово или фраза без пробелов, перед которыми ставится символ #, служащий для легкого поиска нужной информации в социальных сетях.
- Q&A – список вопросов с заготовленными шаблонными ответами на них, созданного для оперативного реагирования.

### 1.2. Разработка стратегии присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Обоснование использования социальных сетей с выбранной линией поведения с приведением актуальных статистических данных.
- Обоснование целевых аудиторий сообщества.
- Разработка коммуникационной идеи в социальных сетях.
- Подбор тональности.
- Разработка ключевых сообщений для целевой аудитории.
- Разработка плана продвижения и популяризации сообщества среди целевых групп для увеличения активности на страницах проекта в соцсетях.

### 1.3. Разработка контентного плана:

- Разработка плана публикаций и предоставление на согласование не позднее 20 числа предыдущего месяца
- Создание регулярного контента и предоставление на согласование не позднее, чем за 2 дня до публикации
- Оперативная подготовка и согласование срочных публикаций в течении дня

### 1.4. Подготовка публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Количество публикаций Facebook в месяц – 15.
- Количество публикаций «ВКонтакте» в месяц – 15.

- Количество публикаций Instagram в месяц - 15, количество историй Instagram в месяц – 20.
- Количество дополнительных активностей в соцсетях – 2 за период контракта.

1.5. Администрирование официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Создание групп в соответствии с правилами оформления социальных сетей.
- Размещение публикаций согласованного контента.
- Ежедневный мониторинг активности, комментариев и сообщений в директ сообщества (рабочие дни с 10 до 16 ч по Москве).
- Формирование регламента ответа на комментарии и сообщения, составление первичного базового Q&A на основе существующего опыта.
- Ежемесячное обновление Q&A на основе комментариев и поступающих вопросов.
- Модерация и сервисная поддержка сообществ.
- Проведение активностей.
- Удаление спама.

Каждый пост в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram должен состоять из рейтинга 120-500 знаков с пробелами и визуализации, некоторые посты могут содержать гиперссылку на материал на сайте, хэштеги, специальные символы, отражающие эмоции.

Рейтинг поста должен быть составлен с глубокой погруженностью в тематику и проблематику производств и охраны труда на предприятиях. Все тексты должны соответствовать требованиям объективности, актуальности, оперативности, достоверности, точности.

Контент должен соответствовать обязательным требованиям к качеству и безопасности, предусмотренным для услуг данного рода, установленным техническими регламентами, государственными (национальными) стандартами и иными актами в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании.

1.6. Продвижение групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Продвижение сообществ, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- Использование таргетированных инструментов на базе функционала социальных сетей.
- Использование инструментов PR для продвижения сообществ среди целевой аудитории.
- Использование лидеров мнений, спикеров и амбассадоров кампании для продвижения контента и сообществ.

Таргетирование в социальных сетях должно осуществляться от имени Заказчика.

Информационный охват с помощью таргетирования в Facebook и Instagram должен составлять суммарно в месяц не менее 70 000 человек ежемесячно.

Информационный охват с помощью таргетирования в «ВКонтакте» должен составлять суммарно в месяц не менее 40 000 человек ежемесячно.

Количество подписчиков по итогу 2020 года должно составить суммарно не менее 3 000 человек.

1.7. Отчетность, предоставляемая по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Ежемесячный отчет должен содержать следующие параметры:

- Общее количество публикаций в каждом сообществе.
- Суммарный охват за месяц по каждому сообществу.
- Показатель вовлеченности по каждому сообществу.

- Рост сообщества по каждому сообществу.
- Социальная и демографическая структура по каждому сообществу.
- Результаты продвигаемого контента по каждому сообществу.
- Особые отметки и комментарии по каждому сообществу.
- Оформленный надлежащим образом ежемесячный отчет должен быть выслан по электронной почте в PDF формате контактному лицу не позднее 10 (десяти) рабочих дней месяца, следующего за окончанием отчетного.

Годовой отчет должен содержать следующие параметры:

- Среднемесячное количество публикаций в каждом сообществе.
- Динамика среднемесячного охвата за месяц по каждому сообществу.
- Динамика среднемесячного показателя вовлеченности по каждому сообществу.
- Динамика среднемесячного роста сообщества по каждому сообществу.
- Социальная и демографическая структура по каждому сообществу.
- Результаты продвигаемого контента по каждому сообществу.
- Особые отметки и комментарии по каждому сообществу.
- Оформленный надлежащим образом годовой отчет должен быть выслан по электронной почте в PDF формате контактному лицу не позднее 20 (двадцати) рабочих дней месяца, следующего за окончанием отчетного.

## **Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании**

2.1. Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании.

2.2. Объекты анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

- Название, ключевые сообщения и мероприятия общественно-просветительской кампании;
- Охрана труда;
- Травматизм на производстве;
- Безопасность труда/ безопасность на производстве;
- Защита труда;
- Профзаболевания;
- Гигиена труда;
- Здоровье на рабочем месте;
- Условия труда;
- Министерство труда в контексте темы безопасности труда.

Количество источников для каждого анализа – не менее 20 000 российских СМИ всех регионов Российской Федерации.

Параметры анализа: количество, тональность, распределение по видам и типам публикаций в сравнении с предыдущим периодом, топ-10 событий, топ-10 регионов, топ-10 городов, топ-10 СМИ, значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы, визуализация ведущих слов периода в виде «облака тэгов».

Анализ предоставляется не позднее 3 рабочего дня после окончания анализируемого анализа.

На основании ежемесячного и ежеквартального анализа разрабатываются рекомендации по повышению эффективности кампании.

Структура объектов и параметров анализа СМИ дорабатывается в процессе апробации.



### **Раздел 3. Разработка методологии анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и ее апробация**

3.1. Разработка и согласование с Заказчиком перечня ключевых запросов (не менее 20) по теме общественно-просветительской кампании и сфере безопасности, защиты и охраны труда.

3.2. Проведение анализа поисковых выдач систем Яндекс и Гугл (не менее 10 запросов, глубина - не менее 1 страницы выдачи по каждому запросу).

3.3. Проведение анализа количества, географии и динамики выбранных запросов в поисковых системах Яндекс и Гугл (не менее 20 запросов, не менее 85 регионов, глубина анализа динамики – не менее 1,5 лет).

3.4. Сравнение с результатами медиаанализа СМИ по аналогичным запросам и активностью коммуникационной кампании.

3.5. Разработка оптимального комплекса параметров для оперативного анализа отражения в системе «Интернет» общественно-просветительской кампании и сферы безопасности, защиты и охраны труда через систему поисковых запросов.

### **Раздел 4. Разработка и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе**

#### 4.1. Организация и проведение экспертных интервью.

Задачи проведения работ «Экспертные интервью»:

- Выявить известность ключевых сообщений и элементов общественно-просветительской кампании.
- Собрать и проанализировать экспертные мнения о наиболее эффективных элементах общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе.
- Разработать гипотезы о дополнительных вводных для повышения эффективности общественно-просветительской кампании. Гипотезы проверяются в ходе проведения количественного опроса.
- Проведение экспертных интервью:
- Предварительный перечень экспертов и экспертных групп (Окончательный список формируется Исполнителем и утверждается Заказчиком):
- Представители профильных и тематических СМИ, интернет-порталов;
- Представители органов федеральной и региональной власти;
- Представители корпоративного сектора;
- Другие значимые ЦА.

Всего должно быть проведено не менее 7 (семи) экспертных интервью.

#### 4.2. Организация и проведение количественного опроса представителей значимых целевых аудиторий по формализованным анкетам.

Задачи проведения работ «Количественный опрос представителей значимых целевых аудиторий»:

- Выявить известность ключевых сообщений общественно-просветительской кампании
- Выявить динамику в основных установках в общественном сознании относительно ценности собственного здоровья в различных жизненных ситуациях – в быту, при занятиях спортом, на отдыхе и т.д. среди значимых целевых аудиторий
- Актуализировать инсайты для формирования ключевых коммуникационных сообщений для значимых целевых аудиторий

- Актуализировать основные каналы получения информации представителями целевой аудитории
- Значимые целевые аудитории:
- Работающие граждане Российской Федерации в возрасте 18-60 лет – 1000 респондентов. В выборке должны быть представлены не менее 40 субъектов Российской Федерации.

Процедура проведения опроса должна включать:

- подготовительный этап (разработка и согласование плана опроса).
- полевой этап (сбор первичной информации);
- статистическая обработка данных, кодировка открытых вопросов;
- расчет исследуемых показателей на основе полученных данных;
- подготовку раздела отчета НИР по проведенному опросу для каждой целевой аудитории.
- Для проведения каждого опроса должен быть разработан план проведения опроса, включающий:
- описание целей и задач опроса;
- методологическое обоснование используемого метода опроса, с учетом цели и задач опроса;
- разработанные анкеты для проведения опроса (для каждой целевой группы).

2.4. Перечень предложений к предмету разработки, уровням и способам выполнения:

- Работы должны соответствовать современному уровню российских и зарубежных кампаний и практики в этой сфере.
- Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, социологическое исследование процесса должны обеспечивать эффективность популяризации темы охраны труда и сохранения здоровья, формирования и понимания персональной ответственности представителей целевой аудитории за необходимость внимательного отношения к собственной безопасности и здоровью, формирования понимания, выявления и профилактики возникновения возможных опасных ситуаций на рабочем месте, формирования готовности к возможным опасностям и противодействию им, изучения видов опасностей и способов их преодоления, формирования атмосферы открытости и доверия среди работников в отношении сообщения об опасных ситуациях и рисках их возникновения, заботы о жизни и здоровье коллег. Разработка аналитической базы позволяет обеспечить оперативный и стратегический анализ реализации общественно-просветительской кампании как в текущем году, так и в последующие периоды.
- Разрабатываемая аналитическая база и ее контентные составляющие должны учитывать интересы всех представителей целевой аудитории и не должны оскорблять чьи-либо чувства.

## **Раздел 1. Разработка и реализация стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях**

Исполнитель осуществит создание стратегии коммуникации общественно-просветительской кампании в социальных сетях в соответствии с условиями государственного контракта. Исполнителем будет разработана оптимальная стратегия, с учетом интересов целевых групп, а также мониторинг и анализ представленности в рамках реализации общественно-просветительской кампании.

В ходе выполнения работ Исполнителем будут выполнены:

1.1. Термины и определения в соответствии с ТЗ в параграфе 2.3.

1.2. Разработка стратегии присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по разработке стратегии присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

В рамках реализации общественно-просветительской кампании Исполнителем будет разработана стратегия присутствия в социальных сетях, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп. Стратегия присутствия в социальных сетях будет способствовать внедрению предупредительной модели управления охраной труда, модернизации инструментов государственного управления охраной труда, стимулированию работодателей к улучшению условий труда на рабочих местах, реализации государственных задач по снижению показателей производственного травматизма, а также реализации подпрограммы «Безопасный труд» Государственной программы «Содействие занятости населения». В частности, Исполнителем:

- 1) Будет реализован анализ медиа-потребления социальных сетей аудиторией Рунета, будут выявлены аудиторные предпочтения для каждой из основных социальных сетей.
- 2) Будет произведено обоснование сегментов целевых аудиторий создаваемого сообщества общественно-просветительской кампании.
- 3) Будет произведено обоснование выбора социальных сетей в соответствии с медиа-предпочтениями сегментов целевых аудиторий для решения задач по популяризации темы охраны труда и сохранения здоровья на работе.
- 4) Будет рекомендована приоритезация социальных сетей для каждого сегмента целевой аудитории сообщества общественно-просветительской кампании.
- 5) Будет реализован поиск инсайтов целевой аудитории с проекцией на социальные сети.
- 6) Будет произведено обоснование использования выбранных социальных сетей с выбранной линией поведения и с приведением актуальных статистических данных.
- 7) Будет реализована разработка коммуникационной идеи сообщества общественно-просветительской кампании в социальных сетях.
- 8) Будет произведен подбор тональности коммуникационной идеи сообщества общественно-просветительской кампании в социальных сетях.
- 9) Будет реализован мониторинг тональности сообщений и упоминаний общественно-просветительской кампании для разработки инструментов, позволяющих поддержать позитивную тональность сообщений.
- 10) Будет произведена разработка ключевых сообщений для сегментов целевой аудитории сообщества общественно-просветительской кампании.
- 11) Будет разработан контент-план выхода ключевых сообщений в социальных сетях в течение года.
- 12) Будет произведена разработка плана продвижения и популяризации сообщества среди сегментов целевой аудитории для увеличения активности на страницах сообщества в соцсетях. Структура стратегии и плана продвижения и популяризации сообщества будет дорабатываться в процессе апробации.
- 13) Стратегия предоставляется Заказчику в течение 28 календарных дней с момента подписания Контракта, но не позднее начала публикации контента.

1.3. Разработка контентного плана:

В рамках реализации общественно-просветительской кампании Исполнителем будет сформирован и согласован с Заказчиком контентный план по реализации общественно-просветительской кампании в социальных сетях для эффективной реализации целей общественно-просветительской кампании.

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по разработке контентного плана:

- 1) На основе разработанной стратегии ежемесячно будут выбраны актуальные темы на последующий месяц реализации общественно-просветительской кампании в выбранных социальных сетях.
- 2) Темы будут покрывать проблематику безопасности охраны труда и рассказывать о возможностях снижения травматизма на трех основных уровнях: личный, корпоративный и отраслевой.
- 3) На основе тем в каждом месяце будет проработан рейтинг постов на последующий месяц до 20 числа текущего месяца.
- 4) Запланированный контент будет актуализироваться накануне предстоящей к публикации неделе и может быть предложен к пересогласованию при наличии достаточных аргументов
- 5) Рейтинг постов общественно-просветительской кампании будет согласован с Заказчиком, при необходимости рейтинг дорабатывается Исполнителем на основе комментариев Заказчика в течение 2х рабочих дней, но не позднее дня выхода публикации.
- 6) Вместе с рейтингом будет предложено визуальное сопровождение (картинки или видео) для реализации общественно-просветительской кампании.
- 7) На основе опытных данных будут выбраны дни и время публикаций для усиления эффекта реализации общественно-просветительской кампании.
- 8) Регулярно будет проводится мониторинг контентного поля категории общественно-просветительской кампании.
- 9) На основе мониторинга заранее выбранные темы контентного плана могут быть заменены при обосновании и согласовании данной замены с Заказчиком.
- 10) Контент также будет оперативно дополнительно согласован при изменении информационного поля и появления общественно-просветительской кампании.

#### 1.4. Подготовка публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Исполнителем на постоянной основе будут реализованы работы по созданию и подготовке публикаций Заказчика для последующего размещения в социальных сетях: Facebook, ВКонтакте, Instagram, направленных на популяризацию темы охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп и для эффективной реализации целей общественно-просветительской кампании.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по подготовке публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

- 1) Тональность публикаций общественно-просветительской кампании будут учитывать особенности каждой социальной сети (Facebook, ВКонтакте, Instagram).
- 2) Публикаций общественно-просветительской кампании будут учитывать технические требования каждой площадки (Facebook, ВКонтакте, Instagram).
- 3) Тип публикаций общественно-просветительской кампании будут учитывать, как российский, так и международный опыт.
- 4) Публикации в социальной сети Facebook будет учитывать особенности и интересы аудитории в новостной сфере.
- 5) Публикации в социальной сети ВКонтакте будет учитывать особенности и интересы аудитории в профессиональной сфере.
- 6) Публикации в социальной сети Instagram будет учитывать особенности и интересы аудитории в сфере образа жизни.
- 7) Будут использованы сообщения, призывающие оставаться здоровым, например: «Тебя дома ждет семья», «Помни о последствиях!».
- 8) Будут использованы реалистичные информационные материалы.
- 9) Будут использованы инструктирующие материалы.
- 10) Будут использованы призывы к ответственности.

- 11) Количество публикаций будет регулярным и оптимальным с точки зрения количества с учетом данного ТЗ:
- Количество публикаций Facebook в месяц - не менее 15-ти, но не более 20
  - Количество публикаций «ВКонтакте» в месяц - не менее 15-ти, но не более 20
  - Количество публикаций Instagram в месяц - не менее 15-ти, но не более 20, количество историй Instagram в месяц - не менее 20, но не более 30.
- 12) Дополнительные активности общественно-просветительской кампании будут носить вовлекающий характер: конкурсная механика, викторина или тестирование с вопросами на знание темы «Охрана труда». Количество дополнительных активностей - 2 за период контракта.

Каждый пост в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram будет состоять из рейтинга 120-500 знаков с пробелами и визуализации, некоторые посты могут содержать гиперссылку на материал на сайте, хэштеги, специальные символы, отражающие эмоции. Рейтинг поста будет составлен с глубокой погруженностью в тематику и проблематику производств и охраны труда на предприятиях. Все тексты будут соответствовать требованиям объективности, актуальности, оперативности, достоверности, точности. Контент будет соответствовать обязательным требованиям к качеству и безопасности, предусмотренным для услуг данного рода, установленным техническими регламентами, государственными (национальными) стандартами и иными актами в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании.

1.5. Администрирование официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранение здоровья на работе среди целевых групп:

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по администрированию сообществ в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) Для всех групп общественно-просветительской кампании будет назначен единый администратор.
- 2) Единый администратор будет выполнять полноценный менеджмент официальных групп общественно-просветительской кампании: получение работы райтера, получение работы дизайнера, получение видеоматериалов, размещение контента в соответствии с контент планом, выставление расписания публикаций
- 3) Администратор будет выполнять работы по ежедневному мониторингу активности сообщества, проверку комментариев и сообщений в директ сообщества (рабочие дни с 10 до 16 ч по Москве).
- 4) Единый администратор будет курировать работу группы специалистов: дизайнеров, райтеров, редакторов, корректоров.
- 5) Единый администратор будет отслеживать выпуск запланированных публикаций в рамках предусмотренного графика.
- 6) Единый администратор будет отслеживать климат сообщества и отслеживать кризисные события общественно-просветительской кампании и в случае необходимости их нивелировать.
- 7) Единый администратор будет собирать данные из комментариев и обращений пользователей сообществ общественно-просветительской кампании для использования их при планировании контента.
- 8) Единый администратор будет собирать данные из комментариев и обращений пользователей сообществ общественно-просветительской кампании для использования их при первичном формировании и ежемесячном обновлении Q&A.
- 9) Модератор будет блокировать спам активность, проводить зачистку сообщества от нецензурных комментариев.

1.6. Продвижение групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Исполнителем будет реализован комплекс инструментов для продвижения групп общественно-просветительской кампании в социальных сетях и для обеспечения органического прироста аудитории и подписчиков.

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по продвижению сообществ в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) На основе согласованной стратегии и контентного плана общественно-просветительской кампании будет разработан план продвижения в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram.
- 2) План продвижения будет учитывать все актуальные инструменты и алгоритмы социальных сетей для достижения наивысших результатов общественно-просветительской кампании.
- 3) План таргетированного продвижения будет учитывать оба формата: посты и истории, интересы пользователей соответствующей соц сети.
- 4) План таргетированного продвижения общественно-просветительской кампании будет составляться на предстоящий месяц и предусматривать как плановые количественные показатели (охваты уникальных пользователей, просмотры для видео), так и плановые качественные показатели (переходы в сообщество, вовлеченность).
- 5) Плановые количественные показатели таргетированного продвижения общественно-просветительской кампании будут установлены на уровне, указанном в ТЗ Заказчика.
- 6) Плановые качественные показатели таргетированного продвижения общественно-просветительской кампании будут пересматриваться ежемесячно на основе полученных данных в предыдущем месяце, а также сравниваться с выведенными по итогам предыдущих месяцев усредненными показателями.
- 7) Для продвижения сообществ будут использоваться также тематические сообщества, лидеры мнений и другие инструменты PR для дополнительного развития общественно-просветительской кампании.
- 8) Для формирования сообщества ежемесячно будут использован формат “page like” в Facebook и Instagram и «Подписаться» в «ВКонтакте».
- 9) Объемы показателей будут запланированы на основе требований ТЗ:
  - Информационный охват с помощью таргетирования в Facebook и Instagram будет составлять суммарно в месяц не менее 70 000 человек ежемесячно.
  - Информационный охват с помощью таргетирования в «ВКонтакте» будет составлять суммарно в месяц не менее 40 000 человек ежемесячно.
  - Количество подписчиков по итогу 2020 года будет составлять суммарно во всех сообществах не менее 3 000 человек.
- 10) Таргетирование в социальных сетях будет осуществляться от имени Заказчика.

1.7. Отчетность, предоставляемая по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по формированию отчетности, предоставляемой по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) Будет сформирован единый шаблон отчета для ежемесячной и ежегодной отчетности с отображением результатов общественно-просветительской кампании.
- 2) Ежемесячный отчет будет содержать табличные данные с показателями эффективностями, сравнения плана и факта, текстовые комментарии к полученным значениям общественно-просветительской кампании.
- 3) Ежегодный отчет (по итогу 2020 года) будет содержать табличные данные с показателями эффективностями, динамические графики и чарты, текстовые комментарии полученных результатов общественно-просветительской кампании.

- 4) Ежемесячный отчет будет содержать указанные в ТЗ Заказчика показатели, а также может быть дополнен дополнительными данными, отображающие результаты общественно-просветительской кампании.
- 5) Отчет за предыдущий месяц будет использоваться в качестве опорных знаний для формирования дальнейшей работы над контентом общественно-просветительской кампании.
- 6) Ежемесячно в отчете будут указываться вновь сформированные средние показатели.
- 7) В ежегодном отчете (по итогам 2020 года) будут указаны выводы и базовые рекомендации для дальнейшего проведения общественно-просветительской кампании.
- 8) В отчет будут входить скриншоты публикаций со страниц сообщества.
- 9) В отчет будут входить скриншоты данных аудитории на основе статистики аккаунтов.
- 10) В ежемесячном отчете будут выделены данные, которые далее попадут в базу отчетности для удобства доступа и мониторинга.

## **Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании**

Исполнитель осуществит организацию и проведение мониторинга и последующего анализа представленности общественно-просветительской кампании в СМИ в соответствии с условиями государственного контракта. Исполнителем будет разработан оптимальный комплекс отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании, с помощью которых Исполнителем будет подготовлен еженедельный, ежемесячный мониторинг СМИ с анализом результатов, представляемых в аналитической записке, подготовке аналитических отчетов за III, IV кварталы 2020 года, а также аналитического отчета по итогам 2020 года, содержащего медиа-анализ СМИ и аналитику динамики реализации общественно-просветительской кампании.

В ходе выполнения работ Исполнителем будут выполнены:

2.1. Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании.

### Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по еженедельному, ежемесячному и ежеквартальному анализу реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) Будет реализован анализ массива российских СМИ для поиска объектов, финальный список которых будет согласован с Заказчиком.
- 2) Будет реализован анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ.
- 3) Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании будет направлен на разработку оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании.
- 4) Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании позволит оценить эффективность реализации целей общественно-просветительской кампании.
- 5) Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании будет осуществлен на основе мониторинга российских федеральных и региональных печатных, интернет-изданий, информационных агентств, а также ТВ и радио на базе электронной библиотеки «Медиалогия» (более 20 тыс. изданий).
- 6) Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании позволит оценить промежуточные результаты реализации общественно-просветительской кампании.
- 7) Еженедельный, ежемесячный и ежеквартальный анализ реализации общественно-просветительской кампании позволит сформулировать предложения по дальнейшей корректировке тактики общественно-просветительской кампании в СМИ.

8) Структура параметров анализа СМИ будет дорабатываться в процессе апробации.

2.2. Анализ объектов (окончательный список объектов Исполнитель согласовывает с Заказчиком).

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по анализу объектов (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

- 1) Будут предложены и согласованы с Заказчиком ключевые сообщения и мероприятия общественно-просветительской кампании для последующего анализа присутствия в информационном поле СМИ Российской Федерации.
- 2) Будут предложены и согласованы с Заказчиком основные эксперты общественно-просветительской кампании для анализа представленности общественнопросветительской кампании в СМИ.
- 3) С помощью мониторинга будут выявлены значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы охраны труда и сохранения здоровья на работе.
- 4) Будет реализован мониторинг объектов общественно-просветительской кампании для анализа представленности общественно-просветительской кампании в СМИ и динамики информационной активности Заказчика в сравнении с предыдущими временными периодами.
- 5) На основе мониторинга и анализа объектов общественно-просветительской кампании будет реализована оценка эффективности реализации целей общественнопросветительской кампании.
- 6) На основе мониторинга и анализ объектов общественно-просветительской кампании будут разработаны рекомендации по повышению эффективности кампании.
- 7) С помощью анализа объектов будет скорректирована тактика общественнопросветительской кампании в СМИ.
- 8) Структура объектов анализа СМИ будет дорабатываться в процессе апробации.

### **Раздел 3. Разработка методологии анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и ее апробация**

3.1. Разработка и согласование с Заказчиком перечня ключевых запросов (не менее 20) по теме общественно-просветительской кампании в сфере безопасности, защиты и охраны труда.

Перечень требований по конкретизации содержания НИР по разработке и согласованию с Заказчиком перечня ключевых запросов в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) Будет проведен анализ актуальных поисковых запросов в поисковой системе Яндекс.
- 2) Будет проведен анализ актуальных поисковых запросов в поисковой системе Гугл.
- 3) Будет сформирована таблица поисковых запросов на основе анализа.
- 4) Будут отобраны наиболее частотные вложенные запросы.
- 5) Финальный список семантики будет согласован с заказчиком.
- 6) В начале и в конце общественно-просветительской кампании будет проведен трекинг одинаковых запросов.

3.2. Проведение анализа поисковых выдач систем Яндекс и Гугл (не менее 10 запросов, глубина - не менее 1 страницы выдачи по каждому запросу).

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по проведению анализа поисковых выдач систем Яндекс и Гугл в рамках реализации общественнопросветительской кампании:

- 1) Будут выбраны 10 ключевых поисковых запросов из числа отобранных запросов по итогам анализа п.3.1.
- 2) Будет проведен анализ актуальной выдачи при введении этих 10 поисковых запросов в поисковой системе Яндекс.



- 3) Будет проведен анализ актуальной выдачи при введении этих 10 поисковых запросов в поисковой системе Гугл.
- 4) Будут зафиксированы данные первых 10-ти ресурсов органической выдачи Яндекс при введении поисковых запросов на основе анализа до старта общественно-просветительской кампании.
- 5) Будут зафиксированы данные первых 10-ти ресурсов органической выдачи Яндекс при введении поисковых запросов на основе анализа по результатам общественно-просветительской кампании.
- 6) Будут зафиксированы данные первых 10-ти ресурсов органической выдачи Гугл при введении поисковых запросов на основе анализа до старта общественно-просветительской кампании.
- 7) Будут зафиксированы данные первых 10-ти ресурсов органической выдачи Гугл при введении поисковых запросов на основе анализа по результатам общественно-просветительской кампании.
- 8) Будет зафиксировано контентное содержание первых 10-ти ресурсов органической выдачи Яндекс при введении поисковых запросов на основе анализа.
- 9) Будет зафиксировано контентное содержание первых 10-ти ресурсов органической выдачи Гугл при введении поисковых запросов на основе анализа.
- 10) Полученные данные будут положены в основу анализа эффективности интернет-ресурсов общественно-просветительской кампании и эффективности кампании по ее итогам.

3.3. Проведение анализа количества, географии и динамики выбранных запросов в поисковых системах Яндекс и Гугл (не менее 20 запросов, не менее 85 регионов, глубина анализа динамики - не менее 1,5 лет).

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по проведению анализа количества, географии и динамики запросов поисковой выдачи в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) Будет сформирована таблица из не менее 20 поисковых запросов из числа медиа драйверов на основе анализа на основе анализа п. 3.1.
- 2) Будет сформирован список из не менее 85 регионов для проведения анализа.
- 3) Будут зафиксированы общие данные по запросам по тематике «охрана и безопасность труда» в выдаче Яндекс до начала проведения общественно-просветительской кампании.
- 4) Будут зафиксированы общие данные по запросам по тематике «охрана и безопасность труда» в выдаче Яндекс по итогам проведения общественно-просветительской кампании.
- 5) Будут зафиксированы общие данные по запросам по тематике «охрана и безопасность труда» в выдаче Гугл до начала проведения общественно-просветительской кампании.
- 6) Будут зафиксированы общие данные по запросам по тематике «охрана и безопасность труда» в выдаче Гугл по итогам проведения общественно-просветительской кампании.
- 7) Будет зафиксирована динамика данных в выдаче Яндекс по ключевым запросам по выбранным регионам, начиная не менее, чем за 1,5 года до начала проведения общественно-просветительской кампании.
- 8) Будет зафиксирована динамика данных в выдаче Яндекс по ключевым запросам по выбранным регионам по итогам проведения общественно-просветительской кампании.
- 9) Будет зафиксирована динамика данных в выдаче Гугл по ключевым запросам по выбранным регионам, начиная не менее, чем за 1,5 года до начала проведения общественно-просветительской кампании.
- 10) Будет зафиксирована динамика данных в выдаче Гугл по ключевым запросам по выбранным регионам по итогам проведения общественно-просветительской кампании.
- 11) Будут составлены карты популярности каждого из 20 запросов. Будут выявлены регионы, в которых снижен интерес к теме «безопасности и охраны труда», а также к тематике и мероприятиям общественно-просветительской кампании.

12) Будут сформулированы выводы по повышению эффективности реализации общественно-просветительской кампании в ее начале и по итогам первого года, в том числе с градацией регионов по общей популярности запросов и ранжированием запросов по популярности.

3.4. Сравнение с результатами медиаанализа СМИ по аналогичным запросам и активностью коммуникационной кампании

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по сравнению результатов медиаанализа СМИ по аналогичным запросам и активностью коммуникационной кампании:

- 1) Будет составлена единая таблица из не менее 20 медиадрайверов по теме «безопасность и охрана труда» на основе анализа медиаполя за 2018, ежемесячного мониторинга медиаполя за 2020 год, совмещенная с числом запросов по этим же словам в поисковой системе Яндекс/Гугл на начало общественно-просветительской кампании.
- 2) Будут проанализированы разрывы между числом публикаций медиадрайверов в СМИ и числом соответствующих им запросов в поисковых интернет-системах.
- 3) В случае наличия разрывов будут сделаны выводы и рекомендации о повышении использования в мероприятиях компании слов и словосочетаний по тематике «охрана и безопасность труда» с органически высоким числом запросов, а также рекомендации по специальным коммуникационным решениям в отношении необходимых для продвижения медиадрайверов с низкой интернет-вовлеченностью.
- 4) Будет составлена единая таблица 85 регионов, содержащая не менее 10 ключевых медиадрайверов темы и общественно-просветительской кампании, по которым будет собраны данные медиаполя и числа запросов в Гугл/Яндекс.
- 5) Будут выявлены регионы, в которых снижены интерес и «реакция» (через интернет-запросы) к теме «безопасности и охраны труда», а также к тематике и мероприятиям общественно-просветительской кампании.
- 6) Для этих регионов будут разработаны специальные мероприятия по усилению кампании.
- 7) Будут выявлены регионы с наиболее высокой интернет-отдачей по тематике и мероприятиям кампании.
- 8) Для этих регионов будут разработаны коммуникационные проекты более сложного уровня с более высокой результативностью.

3.5. Разработка оптимального комплекса параметров для оперативного анализа отражения в системе «Интернет» общественно-просветительской кампании и сферы безопасности, защиты и охраны труда через систему поисковых запросов.

Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по разработке оптимального комплекса параметров для оперативного анализа отражения в системе «Интернет» общественно-просветительской кампании и сферы безопасности, защиты и охраны труда через систему поисковых запросов:

- 1) На основе анализа пунктов 3.1 -3.4 будет выбран оптимальный набор ключевых слов, которые являются медиадрайверами в медиаполе и одновременно - поисковыми запросами, позволяющий охватывать все ключевые месседжи и целевые параметры общественно-просветительской кампании.
- 2) На основе проверки инструментария анализа в пунктах 3.2-3.4, в том числе с учетом фактического охвата целевых аудиторий в формате мероприятий, будет выработан оптимальный набор инструментов, позволяющих оперативно, наглядно отразить сравнительную степень текущей реализации коммуникационных задач общественно-просветительской кампании как по отдельным параметрам, так и по географии вовлечения (в разрезе регионов).

- 3) На основе выбора ключевых слов и инструментария будет создан оптимальный алгоритм оперативного сбора данных, их обработки и презентации в виде таблиц, карт, облака тэгов, позволяющих в любой момент времени отслеживать текущую степень вовлеченность.
- 4) В зависимости от алгоритма будет дополнена аналитическая база мониторинга эффективности реализации общественно-просветительской кампании.
- 5) Разработанный алгоритм будет апробирован на других предметах анализа, а также будет снабжен рекомендациями для использования при лонгитюдном анализе общественно-просветительской кампании и тематики «безопасность и охрана труда» в последующие годы.

#### **Раздел 4. Разработка и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе**

Исполнитель осуществляет разработку и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе, в соответствии с условиями государственного контракта.

В ходе выполнения работ Исполнителем будут выполнены:

##### 4.1. Организация и проведение экспертных интервью.

###### Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по организации и проведению экспертных интервью:

- 1) Исполнитель осуществит организацию и проведение экспертных интервью. В ходе выполнения работ будет осуществлен анализ мнений представителей экспертного сообщества.
- 2) Руководство исследовательскими работами осуществляется специалистами с опытом работы в исследовательской сфере не менее 15 лет.
- 3) Работы выполняются специалистами, имеющими опыт проведения аналогичных по масштабу и методологии проектов.
- 4) Работы выполняются специалистами, имеющими опыт проведения проектов этой и схожих тематик.
- 5) Исследовательский инструментарий разрабатывается дипломированным специалистом-социологом.
- 6) Работы соответствуют современному уровню российских и зарубежных кампаний и исследовательских практик.
- 7) Менеджмент проекта осуществляется проектной командой, состоящей из руководителя проекта, аналитика и полевого менеджера.
- 8) Работы проводятся в соответствии с условиями технического задания, направлены на решение исследовательских задач и достижения цели исследования.

##### 4.2. Организация и проведение количественного опроса.

###### Перечень предложений по конкретизации содержания НИР по организации и проведению количественного опроса:

- 1) Исполнитель предлагает организацию и проведение количественного опроса представителей значимых целевых аудиторий по формализованной анкете в соответствии с условиями государственного контракта.
- 2) Руководство исследовательскими работами осуществляется специалистами с опытом работы в исследовательской сфере не менее 15 лет.
- 3) Работы выполняются специалистами, имеющими опыт проведения аналогичных по масштабу и методологии проектов.
- 4) Работы выполняются специалистами, имеющими опыт проведения проектов этой и схожих тематик.

- 5) Исследовательский инструментарий разрабатывается дипломированным специалистом-социологом.
- 6) Работы соответствуют современному уровню российских и зарубежных кампаний и исследовательских практик.
- 7) Менеджмент проекта осуществляется проектной командой, состоящей из руководителя проекта, аналитика и полевого менеджера.
- 8) Работы проводятся в соответствии с условиями технического задания, направлены на решение исследовательских задач и достижения цели исследования.

**Таким образом, по итогу всех проведенных работ совокупным результатом будет являться аналитическая база для внутреннего пользования с доступом после введения пароля. Аналитическая база будет содержать базовые показатели для проведения мгновенного анализа общественно-просветительской кампании.**

Требование по конкретизации содержания аналитической базы как инструмент обзора и анализа реализации общественно-просветительской кампании:

- 1) Аналитическая база будет построена на двух основных логических частях: «БЭК» - административный раздел для ввода данных, «ФРОНТ» - отображаемые данные со структурированной визуализацией.
- 2) База будет наполняться Исполнителем по мере реализации общественно просветительской кампании.
- 3) База будет содержать в себе календари событий на основе объявленных мероприятий по популяризации охраны труда и сохранению здоровья на работе.
- 4) База будет содержать данные по итогам проведенных мероприятий на федеральном и региональном уровне по популяризации охраны труда и сохранению здоровья на работе.
- 5) База будет содержать данные публикаций по популяризации охраны труда и сохранению здоровья на работе в СМИ.
- 6) База будет содержать информацию о просмотрах видеороликов по популяризации охраны труда и сохранению здоровья на работе.
- 7) База будет содержать количество радио выпусков по популяризации охраны труда и сохранению здоровья на работе.
- 8) База будет содержать информацию по охватам и вовлеченности постов в социальных сетях общественно-просветительской кампании по популяризации охраны труда и сохранению здоровья на работе.
- 9) Данные будут структурированы и детализированы в зависимости от их типа.
- 10) Данные будут отображать суммарное количество показателей и динамику развития общественно-просветительской кампании по разделам.

## 2.5. Описание методологии:

Методология должна включать в себя требования к используемым методам и способам организации и проведения исследования.

## **Раздел 1. Описание методологии разработки и реализации стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинга и анализа представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях**

1.1. Термины и определения в соответствии с ТЗ в параграфе 2.3.

1.2. Описание методологии разработки стратегии присутствия в социальных сетях.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод анализа экономического анализа медиа-рынка.
- 2) Метод SWOT относительно категории:
  - сильные и слабые стороны категории
  - поиск неиспользованных возможностей тематики)

- 3) Метод анализа рынка медиа-каналов (медиа-ландшафта).
- 4) Метод категорийного коммуникационного анализа рынка:
  - подбор схожих по тематике участников рынка
  - поиск схожих параметров
  - поиск отличительных параметров
  - поиск свободных ниш коммуникаций
- 5) Метод анализа медиа-потребления аудиторией рынка (категории).
- 6) Метод определения медиа-микс (перечня релевантных каналов и форматов).
- 7) Метода поиска коммуникационной идеи и её тональности на основании инсайтов и барьеров.
- 8) Метод матрицы ключевых сообщений.
- 9) Метода разработки календарного коммуникационного плана «Каналы-Сообщения».

### 1.3. Описание методологии разработки контентного плана.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод комплексного анализа информации
  - категория в целом
  - рубрики категории
  - подтемы категории
  - «вечные» сообщения
  - «упущенные» сообщения
- 2) Метод выявления инсайтов аудиторий
  - построение портрета аудитории на основе социально демографических параметров
  - расширение портрета интересами
  - построения цикла одного дня
  - прорисовка облака инсайтов (когнитивных триггеров)
- 3) Метод построения гипотезы.
- 4) Метод вычисления трендов.
- 5) Метод работы с потребностями аудитории.
- 6) Метод отработки барьеров аудитории. Барьер - один из основных «стоп» элементов при восприятии сообщения
- 7) Метод чередующихся рубрик:
  - полезные
  - развлекательные
  - категорийные (относящиеся непосредственно к основной задаче, условному продукту).
- 8) Метод графического сообщения: визуальная передача текстовой части.

### 1.4. Описание методологии подготовки публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод копирайтинга. В данном методе учитываются особенности каждой соц сети. Текст должен быть «знакомым», содержать определенные, уже понятные аудитории «формулы» текста. Например, Instagram некоторые слова должны быть проставлены символами «эмоджи» или подкреплены ими. На первый взгляд это может казаться не важным, но для аудитории это одна из частей рецептивности коммуникации.
- 2) Метод Call-to-action: призыв совершить действие, позволяющий вовлечь аудиторию в диалог.
- 3) Метод Storytelling: последовательный контент, развивающий предыдущее сообщение. Помогает удерживать внимание лояльной аудитории в течении длительного периода времени.
- 4) Метод адаптивного изложения материалов.

- 5) Метод запланированного или отложенного постинга.
- 6) Метод вовлекающих механик.
- 7) Метод графической отображения информации
- 8) Метод инфографичного отображения сообщения
- 9) Метод редакторской и корректорской вычитки.

1.5. Описание методологии администрирования официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп. Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод единого контроллинга.
- 2) Метод управления и ведения сообществ полного спектра, в котором предусмотрен не только отдельная публикация постов, но и полноценное общение с членами сообществ
- 3) Метод адаптивного управления, которые позволяет объединить совокупность процессов в единую систему.
- 4) Метод динамического управления. При этом методе учитывается «канва» происходящего. Особенно важно на этапе состоявшегося сообщества, когда во многих случаях можно наблюдать недопустима «шаблонность работы» с сообществом.
- 5) Метод обеспечения здорового климата сообщества.
- 6) Метод классического SMM

1.6 Описание методологии продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод сбора статистический данных, что является базовым методом для работы при планировании таргетированных кампаний.
- 2) Метод анализа статистических данных.
- 3) Количественные методы прогнозных данных рекламных кабинетов Facebook Business и «ВКонтакте» (VK Business).
- 4) Метод структурного анализа данных.
- 5) Метод Пост-кампейн оптимизации. Своевременно построение пост-кампейн анализа позволяет укрепить результаты последующих таргетированных кампаний.
- 6) Метод А-Б тестирования тональности сообщений.
- 7) Метод посева контента в пабликах. Этот метод позволяет добрать охваты и укрепить тарегтированные инструменты.
- 8) Метод «тест-драйва» с привлечение лидеров мнений. Также позволяет добрать охваты и укрепить тарегтированные инструменты.

1.7. Описание методологии подготовки отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет».

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод сравнительных данных.
- 2) Графический метод.
- 3) Метод аналитики.
- 4) Метод регулярного мониторинга.
- 5) Метод построения трендов.
- 6) Метод показателей эффективности.
- 7) Метод активности аудитории. Активность аудитории (так называемый Engagement) один из базовых параметров оценки воздействия контента на аудиторию.
- 8) Метод оценки конверсий. Особенно важен после получения первых результатов.

## **Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании**

2.1. Описание методологии еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации общественно-просветительской кампании.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод формирования базы СМИ.
- 2) Метод сбора данных в СМИ.
- 3) Метод анализа объектов СМИ.
- 4) Метод отбора информации, необходимой для анализа.
- 5) Метод выбора типа источников, в том числе:
  - Печатные СМИ (газеты, журналы).
  - Онлайн-СМИ.
  - ТВ-каналы.
  - Радио-станции.
  - Другие типы СМИ.
- 6) Метод формирования и предоставления статистического анализа публикаций СМИ (информационных агентств, печатных изданий (газет, журналов), интернет-изданий, транскриптов ТВ-сюжетов и радиозэфира) по исследуемым темам и объектам за неделю, месяц и квартал с применением автоматических систем мониторинга СМИ.
- 7) Метод определения тональности материалов.
- 8) Метод анализа полученных результатов.

2.2. Описание методологии объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком).

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод отбора объектов анализа:
  - Название, ключевые сообщения и мероприятия общественно-просветительской кампании.
  - Охрана труда.
  - Травматизм на производстве.
  - Безопасность труда/ безопасность на производстве.
  - Защита труда.
  - Профзаболевания.
  - Гигиена труда.
  - Здоровье на рабочем месте.
  - Условия труда.
  - Министерство труда в контексте темы безопасности труда.
- 2) Метод поисковых запросов - набора слов, позволяющего собрать массив данных из традиционных медиа, который содержит упоминания об объектах исследования.
- 3) Метод выбора типа источников, в том числе:
  - Печатные СМИ (газеты, журналы).
  - Онлайн-СМИ.
  - ТВ-каналы.
  - Радио-станции.
  - Другие типы СМИ.
- 4) Метод выборки количества источников, взятых для анализа: не менее 30 000 российских СМИ.
- 5) Метод выборки географического положения СМИ (федеральный и региональный уровень, все регионы Российской Федерации).
- 6) Метод определения параметров анализа, в том числе:
  - Количество публикаций.

- Тональность публикации.
- Распределение по видам и типам публикаций в сравнении с предыдущим периодом.
- Топ-10 событий (по количеству сообщений).
- Топ-10 регионов (по количеству сообщений).
- Топ-10 городов (по количеству сообщений).
- Топ-10 СМИ (по количеству сообщений).
- Значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы.
- Топ высокочастотных слов за период исследования в виде «облака тэгов».

Анализ предоставляется не позднее 3 рабочего дня после окончания анализируемого периода. Отчет предоставляется на русском языке, формат файла и стиль оформления согласовываются с Заказчиком дополнительно.

Отчеты, подготовленные Исполнителем, будут содержать статистический анализ публикаций СМИ (информационных агентств, печатных изданий (газет, журналов), интернет-изданий, транскриптов ТВ-сюжетов и радиоэфира) по исследуемым темам и объектам за неделю, месяц и квартал с применением автоматических систем мониторинга СМИ.

На основании ежемесячного и ежеквартального анализа будут разработаны рекомендации по повышению эффективности кампании.

Структура объектов и параметров анализа СМИ будет дорабатываться в процессе апробации.

### **Раздел 3. Разработка методологии анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и ее апробация**

#### **3.1. Описание методологии формирования перечня ключевых запросов.**

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые раскрываются в так называемые «вложенные запросы» один из базовых методов работы с поисковыми запросами.
- 2) Метод парсинга ключевых запросов.
- 3) Метод сбора данных.
- 4) Метод сведения данных.
- 5) Метод построения базы.
- 6) Метод интервального сравнения.

#### **3.2. Описание методологии работ по анализу поисковой выдачи.**

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые раскрываются в так называемые «вложенные запросы» один из базовых методов работы с поисковыми запросами.
- 2) Метод парсинга ключевых запросов.
- 3) Метод фиксации данных.
- 4) Метод построения базы.
- 5) Метод построения гипотезы.

#### **3.3. Описание методологии работ по анализу запросов поисковой выдачи.**

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод составления семантического ядра. Подбор ключей, которые раскрываются в так называемые «вложенные запросы» один из базовых методов работы с поисковыми запросами.
- 2) Метод парсинга ключевых запросов.
- 3) Метод фиксации данных.
- 4) Метод построения гипотезы.



5) Метод переложения данных анализа.

3.4. Описание методологии работ по сравнению результатов медиаанализа СМИ и активностью коммуникационной кампании.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Сравнительный метод.
- 2) Метод анализа и снятия коммуникационных разрывов.
- 3) Методы количественного и качественного медиаанализа.
- 4) Метод фокусировки коммуникационной кампании.
- 5) Метод выявления и поддержки медиадрайверов.
- 6) Методы количественного, качественного, географического анализа поисковых запросов в интернете.
- 7) Метод взаимной верификации данных из нескольких источников.

3.5. Описание методологии разработки оптимального комплекса параметров для оперативного анализа отражения в системе «Интернет» общественно-просветительской кампании и сферы безопасности, защиты и охраны труда через систему поисковых запросов.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод оптимизации параметров наблюдения.
- 2) Метод верификации инструментария наблюдения.
- 3) Метод оптимизации набора инструментов.
- 4) Метод оптимизации алгоритма оперативного анализа.
- 5) Метод оптимизации выдачи результатов.
- 6) Метод инфографики.
- 7) Метод проверки универсальности.

#### **Раздел 4. Разработка и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе**

4.1. Описание методологии экспертных интервью.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

1. Метод системного анализа информации.
2. Метод функционального анализа информации.
3. Метод ретроспективного анализа информации.
4. Метод комплексного анализа информации.
5. Метод контент-анализа информации.
6. Метод сбора данных - экспертные интервью.
7. Метод сбора данных - неформализованные интервью.
8. Метод определения географии исследования.
9. Метод определения формата проведения интервью - личное или удаленное по предварительному согласованию с каждым экспертом.

Количество интервью - не менее 7 (семи). Инструментарий - список респондентов и гайд (сценарий интервью), состоящий из не менее 3 блоков, не менее 20 вопросов. Длительность одного интервью - 40-60 минут. География исследования - согласуется с Заказчиком при утверждении окончательного списка привлекаемых к исследованию экспертов.

Описание плана работ экспертных интервью:

- Разработка инструментария (списка экспертов и гайда экспертных интервью) для проведения внешних экспертных интервью.
- Согласование с Заказчиком инструментария для проведения внешних экспертных интервью.

- Осуществление рекрутинга респондентов и проведение внешних экспертных интервью в соответствии с утвержденным Заказчиком инструментарием.
- Агрегация, обработка и анализ данных, полученных по результатам внешних экспертных интервью.
- Формирование отчетной документации в соответствии с условиями государственного контракта.
- Передача отчетной документации Заказчику.

#### 4.2. Описание методологии количественного опроса.

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод сбора данных - количественный опрос.
- 2) Формат проведения интервью - онлайн анкетирование.
- 3) Целевая аудитория - работающие граждане Российской Федерации в возрасте 18-60 лет.
- 4) Выборочная совокупность - 1000 респондентов.
- 5) Инструментарий - формализованная анкета для каждой целевой аудитории, разрабатывается дипломированным социологом с опытом работы в исследовательской сфере не менее 15 лет.
- 6) Ориентир временного эквивалента заполнения одной анкеты - 15 минут.
- 7) География исследования - Российская Федерация, (не менее 40 субъектов).

Описание плана работ количественного опроса:

- Разработка инструментария для проведения количественного опроса среди представителей целевой аудитории.
- Согласование инструментария с Заказчиком.
- Разработка выборочной совокупности.
- Программирование и тестирование инструментария.
- Проведение количественного опроса для представителей целевой аудитории.
- Осуществление контроля полученных полевых данных.
- Обработка и анализ данных, полученных по результатам количественного опроса для каждой целевой аудитории.
- Формирование отчетной документации в соответствии с условиями государственного контракта.

**Таким образом, для совокупного результата работ - аналитической базы для внутреннего пользования с доступом после введения пароля, описание методологии будет следующим:**

Методология оказания данного вида услуг представляет совокупность следующих методов:

- 1) Метод дифференциации необходимого минимума: данные должны быть минимально достаточными для аналитики.
- 2) Метод нарастающего итога для отображения накапливающихся показателей.
- 3) Последовательный метод данных.
- 4) Метод коллаборации разноформатных данных. Наложение одних данных на другие, дополнение одних форматов другими помогают расширить покрытие коммуникации или увеличить частоту контакта с аудиторией
- 5) Метод абсолютных величин.

#### 2.6. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР:

Для решения поставленной задачи используется следующий путь:

- анализ механизмов реализации кампаний;
- анализ методик формирования аналитических баз, мониторинга эффективности реализации общественно-просветительских и иных коммуникационных кампаний;
- анализ плановых и фактических результатов общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологического исследования процесса;

- анализ информационных и методических материалов.

## **Раздел 1. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки и реализации стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинга и анализа представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях:**

1.1. Термины и определения в соответствии с ТЗ в параграфе 2.3.

1.2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки стратегии присутствия в социальных сетях:

### Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части разработки стратегии присутствия в социальных сетях:

Стратегия коммуникации общественно-просветительской кампании в социальных сетях, направленной на рост осведомленности и популяризацию охраны труда и сохранения здоровья позволит реализовать эффективную коммуникационную кампанию в соответствии с целями коммуникации.

### Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части разработки стратегии присутствия в социальных сетях:

Разработка коммуникационной стратегии позволит:

- 1) Сформулировать стратегию, опираясь на актуальную ситуацию на медиа-рынке, тренды и тенденции.
- 2) Определить график работ по реализации стратегии.
- 3) Определить частоту проверки реализации стратегии по выбранным показателям.
- 4) Реализовывать коммуникационную кампанию в соответствии со стратегией.
- 5) Вносить изменения согласно графику работ.

1.3. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки контентного плана:

### Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части разработки контентного плана:

Контент план общественно-просветительской кампании направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья позволит добиться планомерной и регулярной работы для построения эффективной коммуникации.

### Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части разработки контентного плана:

Построение контентного плана позволит:

- 1) Предусмотреть актуальные практики и тренды.
- 2) Выстроить регулярный темп и график работ.
- 3) Наглядно сопоставить чередование коммуникационных сообщений.
- 4) Вносить изменения.
- 5) Планировать отдельные элементы контента.

1.4. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части подготовки публикаций, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

### Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части подготовки публикаций:

Создание контента в коммуникации посредством социальных сетей является основным транслирующим элементом. Через готовый контент аудитория общественно-просветительской кампании будет получать сообщения, содержащие ключевые идеи о важности и сущности охраны труда и сохранения здоровья.

Визуальные элементы контента эффективно доносят смысловое послание до аудитории и позволяют вовлечь ее в коммуникацию, сформировать знание.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части подготовки публикаций:

Регулярные публикации в социальных сетях позволят:

- 1) Донести сформулированные в рамках запланированных рубрик сообщения.
- 2) Визуальная часть публикаций позволит эмоционально воздействовать на аудиторию.
- 3) Публикации определённых рубрик позволят вовлекать аудиторию сообщества.
- 4) Вести непрерывную коммуникацию для формирования знания и мнения аудитории о важности и сущности охраны труда и сохранения здоровья.
- 5) Привлекать аудиторию к выполнению заданий и участию в конкурсах.

1.5. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части администрирования официальных групп, направленных на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе среди целевых групп:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части администрирования официальных групп:

Администрирование сообщества необходимо для проведения комплексной и регулярной работы со всеми этапами подготовки, создания и контролю работы общественно-просветительской кампании, работой с сообществами, проведения необходимых активностей.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части администрирования официальных групп:

Администрирование сообществ в социальных сетях позволит:

- 1) Контролировать выход запланированного контента корректно и вовремя.
- 2) Управлять процессами внутри сообщества, общаться с аудиторией.
- 3) Отслеживать и анализировать процессы в сообществе.
- 4) Вовремя реагировать на происходящее в сообществе и принимать верные действия.
- 5) Отслеживать и зачищать негативные активности извне.

1.6. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте»:

Работа по продвижению сообществ необходимо для донесения до целевых групп аудитории ключевые сообщения общественно-просветительской кампании, созданных в рамках контент плана и размещенных на страницах групп.

Наращивание охвата компании необходимо для того, чтобы донести сообщение до целевой аудитории, которая до этого могла не задумываться о необходимости соблюдения принципов охраны труда и сохранения здоровья.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте»:

Проведение продвижения в социальных сетях позволят:

- 1) Планировать оптимальную с точки зрения охватов продвижение сообщений кампании.
- 2) Максимально использовать возможности социальных сетей.
- 3) Анализировать реакции аудитории и выявлять отношения к проблематике.
- 4) Увеличивать охват сообщений.
- 5) Увеличивать участников сообщества.

1.7. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Подготовка и составление регулярной отчетности по итогам поведенных работ общественно-просветительской кампании в социальных сетях необходимы для полноценной оценки эффективности проведенных мероприятий.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части отчетности по итогам создания, наполнения и продвижения групп в социальных сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram в сети «Интернет»:

Отчетность по итогам проведенных работ в социальных сетях позволит:

- 1) Оценивать выполнение показатели относительно запланированных.
- 2) Визуально видеть динамику развития сообщества.
- 3) Своевременно принимать решения по оптимизации проведения общественно-просветительской кампании.
- 4) Укреплять существующие гипотезы или протраивать новые для коммуникации с аудиторией.
- 5) Оценивать результаты как комплексно, так и отдельные этапы коммуникации.

## **Раздел 2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании**

2.1. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации общественно-просветительской кампании:

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации общественно-просветительской кампании:

Проведение еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа русскоязычного сегмента СМИ обусловлено необходимостью получения данных о представленности объектов общественно-просветительской кампании в СМИ, выявлении контекста обсуждения темы охраны труда и сохранения здоровья на работе и иных объектов кампании, а также на разработку оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа реализации общественно-просветительской кампании:

Проведение анализа еженедельного, ежемесячного и ежеквартального анализа русскоязычного сегмента СМИ позволит:

- 1) Проанализировать динамику изменения упоминаемости общественно-просветительской кампании в СМИ.
- 2) Оценить те или иные площадки с точки зрения дальнейшего проведения информационно-разъяснительной кампании.
- 3) Выявить ядро авторов, пишущих на тему охраны труда и сохранения здоровья на работе.

2.2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

Проведение мониторинга и анализа российских федеральных и региональных СМИ обусловлено необходимостью получения своевременных данных о представленности

общественно-просветительской кампании в СМИ и выявлении ключевых векторов в освещении СМИ темы охраны труда и сохранения здоровья на работе.

Мониторинг и анализ объектов общественно-просветительской кампании в СМИ обусловлен необходимостью разработки оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части объектов анализа (окончательный список Исполнитель согласовывает с Заказчиком):

Мониторинг и анализ объектов общественно-просветительской кампании в СМИ позволит:

- 1) Проанализировать представленность общественно-просветительской кампании в СМИ.
- 2) Оценить эффективность достижения целей общественно-просветительских кампаний.
- 3) Разработать рекомендации по повышению эффективности кампаний.
- 4) Выявить наиболее активные и охватные источники как на федеральном, так и на региональных уровнях.
- 5) Оценить тональность обсуждения исследуемых тем, в том числе с целью дальнейшей корректировки негативных аспектов в освещении.
- 6) Выявить значимые события, которые влияют на общественное восприятие темы. Предложенный путь и метод позволят в полной мере решить поставленные исследовательские задачи на данном этапе.

### **Раздел 3. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки методологии анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и ее апробация**

3.1. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки и согласование с Заказчиком перечня ключевых запросов (не менее 20) по теме общественно-просветительской кампании в сфере безопасности, защиты и охраны труда.

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работы с перечнем ключевых запросов:

Разработка перечня ключевых запросов необходима для формирования базового этапа для отслеживания динамики и результатов популяризации общественно-просветительской кампании по популяризации охраны труда и сохранения здоровья на работе.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работы с перечнем ключевых запросов:

Разработка перечня ключевых запросов позволит:

- 1) Иметь опорную информацию для последовательной работы.
- 2) Иметь объективную информацию для анализа.
- 3) Иметь наглядные результаты по результатам проведенных коммуникаций.
- 4) Иметь аналитику для планирования дальнейших подходов.
- 5) Иметь количественные данные показов ключевых запросов для составления прогнозов.

3.2. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части проведения анализа поисковых выдач систем Яндекс и Г утл (не менее 10 запросов, глубина - не менее 1 страницы выдачи по каждому запросу).

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по анализу поисковой выдачи:

Анализ поисковой выдачи первых 10-ти ресурсов в органике позволит провести сравнительный анализ реакции пользователей поисковых систем Яндекс и Гугл на общественно-просветительскую кампанию по охране труда и сохранению здоровья на работе.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по анализу поисковой выдачи:

Работы по анализу поисковой выдачи позволят:

- 1) Проанализировать источники информации по теме охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Яндекс.
- 2) Проанализировать источники информации по теме охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Гугл.
- 3) Получить понимание о ранжировании информации по теме охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Яндекс.
- 4) Получить понимание о ранжировании информации по теме охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Гугл.
- 5) Сделать выводы по присутствию полноценной информации для оптимизации общественно-просветительской кампании по охране труда и сохранению здоровья на работе в системе Яндекс.
- 6) Сделать выводы по присутствию полноценной информации для оптимизации общественно-просветительской кампании по охране труда и сохранению здоровья на работе в системе Гугл.
- 7) Построить новые гипотезы для оптимизации общественно-просветительской кампании по охране труда и сохранению здоровья на работе.

Полученные данные будут также положены в основу программы повышения эффективности интернет-ресурсов общественно-просветительской кампании и эффективности кампании по ее итогам.

3.3. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части проведения анализа количества, географии и динамики выбранных запросов в поисковых системах Яндекс и Гугл (не менее 20 запросов, не менее 85 регионов, глубина анализа динамики - не менее 1,5 лет).

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работ по анализу количества, географии и динамики запросов поисковой выдачи в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

Анализ количества, географии и динамики запросов поисковой выдачи в рамках реализации общественно-просветительской кампании необходим для мониторинга и анализа динамики информированности целевых аудиторий в сфере безопасности, защиты и охраны труда на федеральном и региональном уровнях.

Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работ по анализу количества, географии и динамики запросов поисковой выдачи в рамках реализации общественно-просветительской кампании:

Работы по анализу количества, географии и динамики запросов поисковой выдачи позволят:

- 1) Проанализировать популярность темы охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Яндекс на федеральном уровне.
- 2) Проанализировать популярность темы охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Гугл на федеральном уровне.
- 3) Проанализировать популярность темы охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Яндекс на региональном уровне.
- 4) Проанализировать популярность темы охрана труда и сохранению здоровья на работе в системе Гугл на региональном уровне.
- 5) Сделать необходимые выводы по распределению и покрытию информированности аудитории по теме охраны труда и сохранению здоровья на работе с разбивкой по регионам.
- 6) Будут выявлены регионы, в которых снижен интерес к теме «безопасности и охраны труда», а также к тематике и мероприятиям общественно-просветительской кампании.

- 7) Будут сформулированы выводы по повышению эффективности реализации общественно-просветительской кампании в ее начале и по итогам первого года, в том числе с градацией регионов по общей популярности запросов и ранжированием запросов по популярности.

Построить новые гипотезы для оптимизации общественно-просветительской кампании по охране труда и сохранению здоровья на работе на федеральном и региональном уровне.

3.4. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части сравнения с результатами медиаанализа СМИ по аналогичным запросам и активностью коммуникационной кампании.

На основе сравнительного метода, метода коммуникационных разрывов, методов количественного и качественного медиаанализа, метода фокусировки коммуникационной кампании, метода выявления и поддержки медиадрайверов, а также методов количественного, качественного и географического анализа поисковых запросов в интернете будут сделаны следующие действия:

- 1) В случае наличия разрывов будут сделаны выводы и рекомендации о повышении использования в мероприятиях кампании слов и словосочетаний по тематике «охрана и безопасность труда» с органически высоким числом запросов, а также рекомендации по специальным коммуникационным решениям в отношении необходимых для продвижения медиадрайверов с низкой интернет-вовлеченностью.
- 2) Будут выявлены регионы, в которых снижены интерес и «реакция» (через интернет-запросы) к теме «безопасности и охраны труда», а также к тематике и мероприятиям общественно-просветительской кампании. Для этих регионов будут разработаны специальные мероприятия по усилению кампании.
- 3) Будут выявлены регионы с наиболее высокой интернет-отдачей по тематике и мероприятиям кампании. Для этих регионов будут разработаны коммуникационные проекты более сложного уровня с более высокой результативностью.

3.5. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки оптимального комплекса параметров для оперативного анализа отражения в системе «Интернет» общественно-просветительской кампании и сферы безопасности, защиты и охраны труда через систему поисковых запросов.

- 1) На основе проверки инструментария анализа в пунктах 3.2-3.4, в том числе с учетом фактического охвата целевых аудиторий в формате мероприятий, будет выработан оптимальный набор инструментов, позволяющих оперативно, наглядно отразить сравнительную степень текущей реализации коммуникационных задач общественно-просветительской кампании как по отдельным параметрам, так и по географии вовлечения (в разрезе регионов).
- 2) На основе выбора ключевых слов и инструментария будет создан оптимальный алгоритм оперативного сбора данных, их обработки и презентации в виде таблиц, карт, облака тэгов, позволяющих в любой момент времени отслеживать текущую степень вовлеченность.
- 3) В зависимости от алгоритма будет дополнена аналитическая база мониторинга эффективности реализации общественно-просветительской кампании. Разработанный алгоритм будет апробирован на других предметах анализа, а также будет снабжен рекомендациями для использования при лонгитюдном анализе общественно-просветительской кампании и тематики «безопасность и охрана труда» в последующие годы.

**Раздел 4. Обоснование выбора путей и методов решения задач по НИР в части разработки и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе**

4.1. Обоснование выбора путей и методов экспертных интервью:



Обоснование выбора путей экспертных интервью:

- 1) Проведение экспертных интервью позволит оптимально подойти к реализации количественного этапа исследовательского блока.
- 2) Предложенный путь позволит в полной мере решить поставленные исследовательские задачи на данном этапе.

Обоснование метода экспертных интервью:

- 1) Позволит получить информацию от специалистов "из первых рук".
  - 2) Позволит получить оценки и мнения, существующие в профессиональном сообществе.
  - 3) Позволит получить мнение представителей значимых целевых аудиторий.
  - 4) Позволит сформировать гипотезы и предположения в беседе с профессионалами.
  - 5) Позволит получить информацию от респондента, для которого неприемлемы никакие другие формы интервьюирования.
  - 6) Позволит выявить и проанализировать наиболее эффективные механизмы в контексте реализации общественно-просветительской кампании.
- 4.2. Обоснование выбора путей и методов количественного опроса:

Обоснование выбора путей количественного опроса:

- 1) Проведение количественного опроса обусловлено необходимостью получения статистических данных о мнении широких слоев общества. Эти данные позволят скорректировать механизмы общественно-просветительской кампании, в случае необходимости.
- 2) Предложенный путь и метод позволят в полной мере решить поставленные исследовательские задачи на данном этапе.

Обоснование метода количественного опроса:

Проведение количественных опросов методом онлайн позволит:

- 1) респондентам заполнять анкету в удобное для себя время и в удобном месте.
- 2) респондентам потратить на осмысление вопросов анкеты столько времени, сколько им необходимо, респондентов никто не смущает, они не стараются быть «удобным респондентом».
- 3) агрегировать данные сразу в электронную базу в том виде, в котором их ввел респондент, исключен человеческий фактор при вводе с бумажных анкет.
- 4) исключить контакт интервьюеров с респондентами, что особенно важно в свете текущей эпидемиологической ситуации в мире.
- 5) нивелировать влияние интервьюера на респондента и его отношения к опросу, возможное небрежное заполнение анкетной формы, возможное искажение формулировок и смысла вопросов.
- 6) следить за ходом опроса по мере его продвижения и видеть промежуточные результаты в режиме реального времени.
- 7) осуществить полевые работы в более короткие сроки, чем при использовании других количественных методов.

**Таким образом, для совокупного результата работ - аналитической базы для внутреннего пользования с доступом после введения пароля, описание выбора путей и методологии будет следующим:**

Обоснование выбора путей решения задач по НИР в части работы с аналитической базой:

Формирование аналитической базы необходимо как для анализа и оптимизации текущих работ, так и эффективного планирования последующих этапов общественно-просветительской кампании по популяризации охраны труда и сохранения здоровья на работе.

### Обоснование выбора методов решения задач по НИР в части работы с аналитической базой:

Формирование аналитической базы позволит:

- 1) Полноценно отображать показатели эффективности, оценивать выполнение запланированных задач.
- 2) Оценивать и анализировать динамику базовых показателей коммуникации.
- 3) Иметь доступ к единой совокупности данных.
- 4) Своевременно получать информацию по всем блокам работ и принимать оперативные решения для оптимизации процессов.
- 5) Сводить и вычленять необходимые блоки данных.

#### 2.7. Основное практическое назначение и область применения ожидаемых результатов:

- Повышение статуса темы безопасности труда и вывод ее в Национальную повестку;
- Оценка эффективности реализуемой общественно-просветительской кампании с точки зрения высшего национального приоритета – сбережения жизни граждан России;
- Реализация подпрограммы «Безопасный труд» Государственной программы «Содействие занятости населения»;
- Повышение культуры безопасности труда в России;
- Модернизация инструментов управления охраной труда на уровне страны, региона, предприятия;
- Продвижение лучших практик и стимулирование работодателей к улучшению условий труда на рабочих местах;
- Реализации государственных задач, связанных с безопасностью труда;
- Усиление внимания целевой аудитории к вопросам безопасности труда;
- Создание эффективной системы коммуникаций по теме охраны и безопасности труда.

#### 2.8. Результаты НИР:

Отчет, содержащий следующие разделы:

- Методология разработки и реализации стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях. Методология представления и анализа представленности материалов общественно-просветительской кампании в социальных сетях, сводная аналитическая база представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях;
- Методология мониторинга и анализа представленности общественно-просветительской кампании в СМИ, сводная база публикаций и анализ общественно-просветительской кампании в СМИ в 2020 году;
- Методология анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и сводные аналитические данные представленности общественно-просветительской кампании в 2020 году;
- Методология разработки и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе.

#### 2.9. Форма представления результатов (отчетной документации):

Отчет по выполнению НИР оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», введенным в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 01 июля 2018 г. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24 октября 2017 г. № 1494-ст.

Количество экземпляров отчетной продукции – 2, в том числе 1 экземпляр в соответствии с архивными требованиями (твердый переплет, обложка дела, сквозная нумерация страниц, лист-заверитель).

Электронная версия итогового отчета на магнитном носителе, выполненная в программных средах не ниже уровня WORD 6, на электронном носителе (CD диск) в 2 экземплярах.

2.10. Объем итогового отчета по реализации общественно-просветительской кампании:

Отчет, общий объем которого не менее 500 страниц печатного текста формата А4 шрифтом Times New Roman 14-го кегля.

2.11. Основание для выполнения работ:

Перечень научно-исследовательских работ и мероприятий Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации в области условий и охраны труда на 2020 год в целях осуществления закупки указанных работ в рамках государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения», утвержденный приказом Минтруда России от 24 марта 2020 г. № 150.

3. Сроки выполнения работ:

Выполнение Работ по Контракту осуществляется в 1 этап.

Начало – с момента заключения государственного контракта;

Окончание, в том числе срок сдачи результатов работ – не позднее 4 декабря 2020 года.

4. Место выполнения работ: по месту нахождения Исполнителя.

5. Место сдачи результатов выполненных работ: 127994, г. Москва, ул. Ильинка, 21.

6. Список исполнителей, участвующих в выполнении НИР:

№ п/п	ФИО	
1.	Кузнецова Екатерина Анатольевна	Руководитель
2.	Ермаков Дмитрий Николаевич	Исполнитель
3.	Сидорова Вера Николаевна	Исполнитель

**ЗАКАЗЧИК:**

Первый заместитель Министра труда  
и социальной защиты Российской Федерации

\_\_\_\_\_ А.В. Вовченко

М.П.

**ИСПОЛНИТЕЛЬ:**

Генеральный директор Общества  
с ограниченной ответственностью  
«Агентство гуманитарных технологий»

\_\_\_\_\_ И.Ю. Большедворская

М.П.

Приложение № 2 к Контракту  
от 26 мая 2020 г. № 01951000003200000070001

**Календарный план  
на выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической  
базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-  
просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения  
здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной  
кампании, социологическое исследование процесса»**

Этап	Наименование работ	Срок выполнения работ	Отчетные документы
1.	<p>Выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса».</p> <p>Состав разделов:</p> <p>Раздел 1. Разработка и реализация стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях, мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях.</p> <p>Раздел 2. Мониторинг и анализ представленности общественно-просветительской кампании в СМИ. Разработка оптимального комплекса отслеживаемых и анализируемых объектов мониторинга в рамках реализации общественно-просветительской кампании.</p> <p>Раздел 3. Разработка методологии анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и ее апробация.</p> <p>Раздел 4. Разработка и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на</p>	<p>Начало – с момента заключения государственного контракта.</p> <p>Окончание, в том числе срок сдачи результатов работ – не позднее 4 декабря 2020 года.</p>	<p>Отчет, содержащий следующие разделы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методология разработки и реализации стратегии общественно-просветительской кампании в социальных сетях. Методология представления и анализа представленности материалов общественно-просветительской кампании в социальных сетях, сводная аналитическая база представленности общественно-просветительской кампании в социальных сетях;</li> <li>• Методология мониторинга и анализа представленности общественно-просветительской кампании в СМИ, сводная база публикаций и анализ общественно-просветительской кампании в СМИ в 2020 году;</li> <li>• Методология анализа представленности общественно-просветительской кампании в сети «Интернет» и сводные аналитические данные представленности общественно-просветительской кампании в 2020 году;</li> <li>• Методология разработки и проведение комплекса социологических исследований процесса для мониторинга и анализа эффективности реализации общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе.</li> </ul> <p>Отчет по выполнению НИР оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017</p>

	<p>популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе.</p>		<p>«Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», введенным в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 01 июля 2018 г. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24 октября 2017 г. № 1494-ст.</p> <p>Количество экземпляров отчетной продукции – 2, в том числе 1 экземпляр в соответствии с архивными требованиями (твердый переплет, обложка дела, сквозная нумерация страниц, лист-заверитель).</p> <p>Электронная версия итогового отчета на магнитном носителе, выполненная в программных средах не ниже уровня WORD 6, на электронном носителе (CD диск) в 2 экземплярах.</p>
--	--	--	--

**ЗАКАЗЧИК:**

Первый заместитель Министра труда  
и социальной защиты Российской Федерации

\_\_\_\_\_ А.В. Вовченко  
М.П.

**ИСПОЛНИТЕЛЬ:**

Генеральный директор Общества  
с ограниченной ответственностью  
«Агентство гуманитарных технологий»

\_\_\_\_\_ И.Ю. Большедворская  
М.П.

Приложение № 3 к Контракту  
от 26 мая 2020 г. № 01951000003200000070001

### Цена Контракта

Номер этапа исполнения Контракта	Содержание выполняемых работ в соответствии с Календарным планом выполнения работ	Цена работ (руб.), в том числе НДС*
1	Выполнение научно-исследовательской работы по теме: «Разработка аналитической базы, обеспечивающей поступление информации в рамках проводимой общественно-просветительской кампании, направленной на популяризацию охраны труда и сохранения здоровья на работе с порядком организации и алгоритмом проведения указанной кампании, социологическое исследование процесса»	10 278 000 (Десять миллионов двести семьдесят восемь тысяч) рублей 00 копеек
<b>Итого за 2020 год</b>		10 278 000 (Десять миллионов двести семьдесят восемь тысяч) рублей 00 копеек
<b>ИТОГО</b>		10 278 000 (Десять миллионов двести семьдесят восемь тысяч) рублей 00 копеек

\* На основании подпунктов 16 и 16.1 пункта 3 статьи 149 Налогового кодекса Российской Федерации работы НДС не облагаются.

#### ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда  
и социальной защиты Российской Федерации

\_\_\_\_\_ А.В. Вовченко  
М.П.

#### ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества  
с ограниченной ответственностью  
«Агентство гуманитарных технологий»

\_\_\_\_\_ И.Ю. Большедворская  
М.П.

Приложение № 4 к Контракту  
от 26 мая 2020 г. № 01951000003200000070001

## ОБРАЗЕЦ

<p><b>АКТ</b> сдачи-приемки выполненных работ по Государственному контракту от _____ № _____</p>	
<p>Мы, нижеподписавшиеся, от лица «Исполнителя» _____ с одной стороны и от лица «Заказчика» _____, с другой стороны составили настоящий Акт о том, что выполненные работы удовлетворяют требованиям Государственного контракта и надлежащим образом исполнены.</p>	
<p>Описание выполненных работ (с указанием объема и качества): _____</p>	
<p>Представлены следующие отчетные документы (в соответствии с Государственным контрактом): _____</p>	
<p>На основании раздела 4 Государственного контракта экспертиза выполненных работ проведена Заказчиком (<i>указывается в случае проведения экспертизы силами Заказчика</i>).</p>	
<p>Цена Государственного контракта составляет _____ (_____) рублей (сумма цифрами) (сумма прописью)</p>	
<p>Следует к перечислению _____ (_____) рублей в (сумма цифрами) (сумма прописью) соответствии с условиями Государственного контракта.</p>	
<p>Размер неустойки (штрафа, пени), подлежащих взысканию _____</p>	
<p>Основания применения и порядок расчета неустойки (штрафа, пени) определяются в соответствии с разделом 7 Государственного контракта _____</p>	
<p>Итоговая сумма, подлежащая оплате _____</p>	
<p>Работы сдал: От Исполнителя</p>	<p>Работы принял: От Заказчика</p>
<p>_____ (подпись) М.П. «__» _____ 20__ г.</p>	<p>_____ (подпись) М.П. «__» _____ 20__ г.</p>

## ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда  
и социальной защиты Российской Федерации

\_\_\_\_\_ А.В. Вовченко  
М.П.

## ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества  
с ограниченной ответственностью  
«Агентство гуманитарных технологий»

\_\_\_\_\_ И.Ю. Большедворская  
М.П.

Приложение № 5 к Контракту  
от 26 мая 2020 г. № 01951000003200000070001

## ОБРАЗЕЦ

## АКТ СВЕРКИ РАСЧЕТОВ

и \_\_\_\_\_

(Государственный контракт от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

Сальдо на \_\_\_\_\_ (дата) \_\_\_\_\_ (сумма)      Раздел \_\_\_\_\_

Наименование Заказчика		Наименование Исполнителя	
№ платежных поручений	Сумма, руб.	№ акта, дата	Сумма, руб.
Итого:			

Сальдо на \_\_\_\_\_ (дата) \_\_\_\_\_ (сумма)

В пользу \_\_\_\_\_

Заказчик

Исполнитель

\_\_\_\_\_  
(подпись)      (расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_  
(подпись)      (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

Главный бухгалтер

\_\_\_\_\_  
(подпись)      (расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_  
(подпись)      (расшифровка подписи)

ЗАКАЗЧИК:

Первый заместитель Министра труда  
и социальной защиты Российской Федерации

\_\_\_\_\_ А.В. Вовченко  
М.П.

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Генеральный директор Общества  
с ограниченной ответственностью  
«Агентство гуманитарных технологий»

\_\_\_\_\_ И.Ю. Большедворская  
М.П.