

Termet e Referencës

Plani i Ndërgjegjësimit Publik

(Numri Ref. Kontratës XK-KCA- 101261 -CS-CQS)

I. INFORMACION I PËRGJITHSHËM

Qeveria e Kosovës (QK) ka marrë një Kredi nga Shoqata Ndërkombëtare e Zhvillimit e Grupit të Bankës Botërore (IDA) në vlerë prej 14.60 milion Euro për të financuar Projektin e Kadastrit të Pasurive të Paluajtshme dhe Infrastrukturës Gjeohapësinore (REGIP), i cili pritet të zbatohet brenda pesë vitesh . REGIP synon për të ndihmuar QK për të rritur transparencën dhe cilësinë e administrimit të tokës dhe të dhënat dhe shërbimet gjeohapësinore. Agjencia Kadastrale e Kosovës (AKK) është agjencia zbatuese e REGIP, në kuadër të së cilës duhet të themelohet një Njësi për Implementimin e Projektit (NJIP). NJIP do të jetë përgjegjëse për zbatimin e projektit në baza ditore dhe për sigurimin e mbikëqyrjes specifike teknike për aktivitetet e projektit. NJIP -i do të jetë përgjegjëse për të gjitha aspektet e mirëbesimit, të tilla si prokurimi, menaxhimi financiar, monitorimi dhe vlerësimi dhe masat mbrojtëse në kuadër të REGIP.

Objektivi Zhvillimor i Projektit është të rrisë cilësinë dhe disponueshmërinë e administrimit të tokës dhe të dhënave dhe shërbimeve gjeohapësinore. Dizajni i projektit REGIP synon të mbështetet në përparimin e bërë sipas projektit paraprak RECAP dhe të bëjë investime të reja për të rritur qasjen në shërbimet publike dhe për ta bërë tregun e pronës më të sigurt. Komponenti D i REGIP është Menaxhimi i Projekteve, Ndërtimi i Kapaciteteve, Informimi Publik dhe Monitorimi & Vlerësimi: Objektivi i këtij komponenti është të sigurojë zbatimin e lehtë dhe në kohë të Projektit dhe të mbështesë aktivitetet që lidhen me ngritjen e kapaciteteve, informimin publik, dhe monitorimin dhe vlerësimin (M & V). Komponenti do të financojë ofrimin e mbështetjes për zbatimin e projektit dhe koordinimin e donatorëve, duke përfshirë, ndër të tjera: (a) forcimin e kapaciteteve të NJIP; (b) kryerjen e aktiviteteve të monitorimit dhe vlerësimit të Projektit; (c) kryerjen e hulumtimit të kënaqshmërisë së klientëve; (d) kryerjen e informimit publik dhe mirëmbajtjen e mekanizmit të zgjidhjes së ankesave të Projektit; (e) kryerjen e aktiviteteve për ngritjen e kapaciteteve për AKK -në; dhe (f) krijimin e grupit të punës të përbashkët të AKK -së dhe AKKVP -së . Një aspekt i rëndësishëm për zhvillimin e tregjeve të pronës së paluajtshme është institucionalizimi i ndërfaqes miqësore të konsumatorëve nga Drejtoritë përgjegjëse për ofrimin e shërbimeve të administrimit të tokës (Zyrat Komunale Kadastrale -ZKK).

REGIP kontribuon në bërjen e sistemit të regjistrimit më transparent, efikas, gjithëpërfshirës, dhe i orientuar nga klientët, pra është e rëndësishme për të promovuar aktivitetet kapitale, produktet , dhe shërbime, të cilat ofrojnë përfitime për të përmbushur nevojat e palëve të interesuara . Është gjithashtu e rëndësishme të sigurohet që palët e interesuara janë të mirë

informuara për aktivitetet e projektit për të realizuar plotësisht përfitimet nga REGIP. Kjo është paraparë të arrihet përmes një fushate sensibilizuese publike në shkallë të gjerë dhe të vazhdueshëm mbarëkombëtare në bazë të një plani të ndërgjegjësimit publik.

AKK ka zhvilluar një Strategji Komunikimi në vitin 2010, një vit para projektit RECAP në bashkëpunim me palët tjera të interesuara, e cila do të jetë dokumenti udhëzues për informacionin e përgjithshëm, si dhe për përcaktimin e qëllimeve dhe objektivave të gjera.

II. OBJEKTIVI I PËRGJITHSHËM

Objektivi i përgjithshëm i Planit për Fushatën e Ndërgjegjësimit Publik (FNP) është që të sigurojë për AKK-në e një dokument që do të mbështesë zbatimin e fushatës së ndërgjegjësimit publik për të informuar palët e interesuara me shërbimet, produktet dhe aktivitetet e AKK-së për periudhën 2021 - 2024.

Plani për fushatën e ndërgjegjësimit publik do të fokusohet në:

- Zhvillimin e një plani të informimit dhe komunikimit i përqendruar në informimin dhe gjithë përfshirjen e akterëve kryesorë të brendshëm dhe të jashtëm; dhe,
- Rritja e kapaciteteve të AKK-së dhe ZKK-ve për të zbatuar këtë Plan të ndërgjegjësimit publik në perspektivën e ofrimit të grupeve të tilla si gratë, pakicat etnike, përdoruesit profesional të shërbimeve kadastrale etj.

Plani për fushatën e ndërgjegjësimit publik do të identifikojë të produkte, projekte, dhe shërbime të cilat do të promovohen, dhe duhet ndërtuar mbi Strategjinë ekzistuese për komunikim të AKK-së. Plani duhet të identifikojë qartë grupet dhe mesazhet kryesore të synuara që duhet të përshtaten për secilin nga grupet e synuara. Plani i FNP-së duhet të pranojë se qytetarët janë grupi kryesor i synuar dhe duhet të hartohet në mënyrë të tillë që të pasqyrojë këtë. Plani i FNP-së duhet gjithashtu të identifikojë nënkategori të ndryshme të grupit të synuar (për shembull: gratë, komunitetet pakicë, njerëzit që jetojnë në zonat rurale, grupet e tjera të marginalizuara). Për më tepër, Plani i FNP-së do të njohë rëndësinë e përdoruesve profesionistë të shërbimeve kadastrale (për shembull - juristë, noterë, gjeodetë, banka, agjenci të pasurive të paluajtshme, qendra të ndihmës juridike, etj.), si dhe të shoqërisë civile (për shembull – OJQ-të), media, akademia, etj. si akterë të rëndësishëm. Angazhimi i shoqërisë civile do të forcohet, nëse krahasohet me aktivitetet e RECAP.

Plani i FNP-së do të përshkruajë angazhimin e palëve të interesuara për përfshirjen e palëve të interesuara në aktivitetet e fushatës / komunikimit.

Plani i FNP-së duhet të identifikojë më tej metodat e përshtatshme të shpërndarjes, mediumin dhe kanalet e komunikimit dhe rrugët e shpërndarjes për produktet e komunikimit (për shembull: komunikim ballë për ballë, TV, radio, media sociale, fletushka / broshura, etj.). Nëse është

e nevojshme, Plani duhet të propozojë krijimin e kanaleve digjitale të komunikimit për të arritur grupet e synuara të interesit.

Së fundi, Plani duhet të përshkruajë një plan të qartë pune dhe një afat kohor për dhënien e të gjitha rezultateve dhe aktiviteteve.

E gjithë kjo do të bëhet në bashkëpunim me AKK/NJIP , ekipin e Bankës Botërore dhe në përputhje me aktivitetet e parapara për REGIP.

III. DETYRAT E PUNËS

Në bashkëpunim të ngushtë me AKK-në / NJIP dhe Ekipit të Bankës Botërore, Kompania konsulente do të zhvillojë një Plan katër vjeçar për fushatën e Ndërgjegjësimit Publik. Plani duhet të promovojë dhe informojë palët e interesuara për aktivitetet e AKK-së, produktet, dhe shërbimet e interesit, duke theksuar rëndësinë e regjistrimit të pronës dhe përfitimet që rrjedhin nga regjistrimi të drejtave pronësore, se si të qasen produktet dhe shërbimet e AKK-së në komunitet , si të bëhet mbështetja e grupeve të marginalizuara për të marrë përfitime nga aktivitetet e AKK-së / ZKK-ve në përgjithësi dhe për të marrë të drejtat e tyre të pronësisë në mënyrë të veçantë .

Plani duhet të fokusohet në promovimin e aspekteve kryesore të aktiviteteve të AKK-së , siç përshkruhet në Ligjin për Kadastër dhe ashtu siç parashihet në komponentet e projektit REGIP

Edhe pse është i pavarur nga aktivitetet e tjera brenda REGIP , Plani duhet të paraqesë një vizion të qartë se si të koordinohet me aktivitetet kryesore të projektit REGIP, të tilla si Rindërtimi i Informacioneve Kadastrale, Sistemi i Adresave, korigjimin e të dhënave dhe të tjera, shumica e të cilave do të zbatohet në bashkëpunim me Komunitat në nivel lokal .

Komponentët e REGIP do të ndahen me Kompaninë Konsulente , ndërsa prioritizimi do të bëhet në bashkëpunim midis Kompanisë Konsulente dhe ekipit të AKK /NJIP/Bankës Botërore . Në rast ndryshimeve të mëdha të mandatit dhe aktiviteteve të AKK-së, Plani do të pasqyrojë këto ndryshime. Pritet që Kompania Konsulente të prodhojë një plan zbatimi që është vizual dhe i lehtë për t'u ndjekur .

Plani do të përfshijë mjete për ngritjen e ndërgjegjësimit të publikut në lidhje me avantazhet e formalizimit të drejtave të pronësisë dhe për pranuar reagimet nga publiku për produktet dhe shërbimet e AKK-së (sidomos atyre që janë nën REGIP) .

Gjithashtu , plani do të përfshijë mjete për rritjen e shpërndarjes së informacionit me palët e interesuara të projektit, duke përfshirë personelin e AKK-së dhe ZKK-ve, agjencive qeveritare dhe biznesit, shoqërisë civile në lidhje me progresin e projektit, arritjet, dhe përfitimet për grupet e interesit.

IV.OBJEKTIVAT KRYESORE TË PLANIT PËR FNP

Kompania Konsulente do të zhvillojë një Plan të FNP-së , bazuar në Strategjinë ekzistuese të komunikimit të AKK-së, që gjerësisht do të përfshijë elementet e mëposhtme:

- Qëllimet dhe rezultatet e pritshme të strategjisë dhe planit të komunikimit ;
- Identifikimi i grupeve të synuara - me një fokus të veçantë tek grupet e marginalizuara (për shembull - gratë, komunitetet e minoriteteve etnike, njerëzit që jetojnë në zonat rurale etj .) ;
- Analiza e kapacitetit të audiencës për ndryshim;
- Përkufizimi i mesazheve kyçe për të informuar akterët kryesorë me aktivitetet në secilin komponent të REGIP si dhe aktivitetet tjera përkatëse të AKK-së , dhe se si palët e interesuara mund të qasen në këto produkte dhe shërbime të AKK-së (dmth – rindërtimi i informacioneve kadastrale, regjistrimi i pronës, etj.) ;
- Gjithashtu mesazhet do të përhapin informacionin pse qytetarët duhet të angazhohen në aktivitetin e Rindërtimit të Informacionit Kadastral , pse sistemi i adresave është i dobishëm - cilat janë përfitimet / avantazhet personale që ata do të marrin nga angazhimi i tyre;
- Në veçanti, Plani i FNP-së duhet të nxjerrë në pah mesazhet kryesore që mbulojnë avantazhet / përfitimet për qytetarët për të inkurajuar angazhimin e publikut në procesin e rindërtimit kadastral dhe themelimin e Regjistrin e Sistemit të Adresave .
- Identifikimi i mjeteve më të përshtatshme të komunikimit dhe kanaleve për të përçuar mesazhet kyçe për grupet e synuara, duke përfshirë edhe nevojën për konsultim me palët e interesuara për të hartuar një FNP me pjesëmarrje gjithëpërfshirëse;
- Plani i angazhimit të palëve të interesuara: Identifikimi i të gjithë akterëve relevantë përfshirë organizatat partnere me të cilat AKK (dhe kompania konsulente) mund të punojnë për të lehtësuar dhe ndihmuar në rritjen e efektivitetit të FNP-së, veçanërisht me komunitetet pakicë ku organizatat e tilla partnere veprojnë dhe hartojnë plane se si t'i angazhojnë ata në për të maksimizuar efektivitetin e fushatës
- Korniza e Monitorimit dhe Vlerësimit.

V. OBJEKTIVAT SPECIFIKE DHE AKTIVITETET

Sipërfaqja e Fushatës është i gjithë territori i Republikës së Kosovës, me një fokus të fortë (dmth - më shumë komunikime në shënjestër) në ato komuna që janë rindërtim të informacioneve kadastrale, financuar nga REGIP. FNP do të zbatohet politikisht e mëposhtme gjuhësore të aplikueshme në Republikën e Kosovës (duke përfshirë edhe gjuhët e komuniteteve pakicë kur është e përshtatshme). Aktivitetet specifike që do të jenë pjesë e FNP janë si më poshtë (kompania

konsulente mund ta zgjerojë këtë listë me aktivitete të tjera që plotësojnë objektivat specifike të këtyre TeR):

Zhvillimi i Planit të Fushatës për Ndërgjegjësimin Publik

Plani i Fushatës për Ndërgjegjësim Publik duhet të marrë parasysh të gjithë akterët institucional dhe privat, duke përfshirë shoqërinë civile, të përfshirë në objektivat dhe aktivitetet e AKK-së. Qasja pjesëmarrëse e komunitetit dhe të drejtat e barabarta të pronësisë midis burrave dhe grave do të jenë elementët kryesorë në hartimin e planit të FNP-së, kështu që plani pritet të përshtatet për të adresuar nevojat e grupeve të mëposhtme :

- Gratë dhe vajzat në sigurimin e të drejtave pronësore dhe të marrin pjesë në aktivitetet e AKK, të tilla si rindërtimi i informacioneve kadastrale, përdorimin e burimeve në dispozicion online të ofruara nga AKK-ja, etj
- Komunitetet jo shumicë të për të rritur pjesëmarrjen e tyre në proceset e ZKK-ve, aktivitetet e AKK-së të tilla si rindërtimi i informacioneve kadastrale, përdorimin e burimeve online të ofruara nga AKK-ja, etj .
- Grupet e marginalizuara, të tilla si komunitetet rome .
- Shoqëria civile

Kompania konsulente duhet të përcaktojë dhe të zhvillojnë një plan për aktivitete të veçanta që do të mbështesë zbatimin e FNP-së, duke përfshirë (por jo kufizuar në) si vijon:

1. Aktivitetet e fushatës, të tilla si:

- Reklama në radio dhe TV
- Mediat sociale dhe reklamat në internet
- Reklama të shtypura (fletëpalosje, postera, broshura, afishe, etj .)
- Reklamat në terren
- Strategjia dhe plani i mediave sociale (përfshirë reklamat në mediat sociale)
- Aktivitetet e PR (marrëdhëniet me publikun)
- Ngjarje (sesione/takime informacioni për Komuna, etj.)
- Trajnime dhe seminare
- Përdorimi i teknologjisë së përparuar për të arritur drejtpërdrejt palët e interesuara/grupet e interesit

1.1 Një plan për prodhimin dhe shpërndarjen/vendosjen e materialeve të veçanta të informacionit publik për të mbështetur aktivitetet e fushatës, të tilla si :

- Audio dhe video (videoklipe/reklama, zile radio, podkast)
- Shtyp (postera, fletëpalosje, reklama për shtyp, afishe)

- Përmbajtja, dhe shkrim i kopjeve
- Materialet e markës , etj.

Së fundi, Plani i FNP-së duhet të përfshijë një plan për monitorimin dhe vlerësimin e efektivitetit të FNP - çdo vit ose sipas përfundimit të fazave të propozuara - dhe identifikimin e boshllëqeve të mundshëm që ndikojnë në zbatimin e Strategjisë dhe Planit të Veprimit.

VI. PERIUDHA KOHORE E ANGAZHIMIT

Për këtë kontratë paushalle, puna e përgjithshme e kompanisë konsulentë është vlerësuar të jetë 42 ditë angazhim brenda një afati kohor 3 mujor .

Kompania do të punojë nën mbikëqyrjen e drejtpërdrejtë të AKK/NJIP, ndërsa drafti i planit të veprimit të FNP-së do të komentohet edhe nga Banka Botërore

VII. PRODUKTET :

1. Raporti fillestar (tre javë nga nënshkrimi i kontratës / angazhimi 14 ditë):
 - a. Raporti duhet të përshkruajë llojin e të dhënave që do të përdoret dhe analiza e një metodologjie të propozuar, orari për dorëzim të produkteve, identifikimi / hartëzimi i palëve të interesuara (përfshirë grupet kyçe të synuara, palët e interesuara qeveritare dhe jo-qeveritare, donatorët, organizatat dhe profesionistët) dhe rolet e parashikuara të tyre
2. Hartimi i planit të FNP-së (brenda pesë javëve / angazhimi 14 ditë)
 - a. Draft Plani i FNP-së duhet të përfshijë një draft Plan të Veprimit / plani i punës dhe një plan për monitorimin dhe vlerësimin e zbatimit të Planit të FNP-së .
3. Plani përfundimtar i FNP-së, pas prezantimit, reagimeve dhe rishikimit pas diskutimit me AKK (brenda katër javësh / angazhimi 14 ditë)

SHËNIM:

Raporti fillestar (përcaktimi i metodologjisë, të kuptuarit, etj.) i nënshtrohet rishikimit dhe miratimit të AKK -së para se të vazhdojë Kompania konsulente.

o Struktura e raportit përfundimtar dhe tabela e përmbajtjes do të propozohet si një shtojcë e Raportit Fillestar dhe do të bihet dakord me AKK-në para se Kompania Konsulente të fillojë punën në të; dhe

o Kompania Konsulente do të dorëzojë tek AKK-ja përditësime dy javore mbi përparimin e tyre nëpërmjet menaxhimit të projektit (në një formë të shkurtër të raportit të progresit , kështu që AKK-ja mund të shoh se çfarë është bërë, çfarë është duke u planifikuar, dhe mund të komentojë).

Kërkesa të tjera:

- Vlerësimi i kostos për zbatimin e secilit aktivitet.
- Dokumentet e draftit dhe atij final të planit të FNP-së duhet të dorëzohen në gjuhën shqipe, serbe dhe angleze.
- Secili nga produktet duhet të përshtatet për të promovuar angazhimin dhe pjesëmarrjen e grave dhe vajzave, komuniteteve jo shumicë dhe grupeve të tjera të marginalizuara në aktivitetet e AKK-së, siç është rindërtimi i informacioneve kadastrale .

VIII. KUALIFIKIMET E KOMPANISË KONSULENTE

Kompania Konsulente :

1. Duhet të jetë një person juridik me përvojë ndërkombëtare në hartimin dhe zbatimin e fushatave ndërgjegjësuese , mundësisht në menaxhimin e tokës dhe / ose regjistrimin sistematik .
2. Duhet të jetë një organizatë / kompani me reputacion me përvojë paraprake në fushën e kërkuar së paku prej 10 vitesh.
3. Eksperiencë në marketing në media sociale, ngritjen e kapaciteteve në komunikim, - komunikimit bazuar në web, dhe fushatave mediale.
4. Të paktën tri kontrata të ngjashme, ku suksesshëm është bërë zhvillimi dhe zbatimi i një strategjie komunikimi për një entitet publik.
5. Ekipi i propozuar duhet të përbëhet nga një menaxher projekti dhe specialistë me një dosje të dëshmuar të zbatimit të suksesshëm të fushatave të informimit publik (shih më poshtë për kërkesat e hollësishme të ekipit) .
6. Përvoja në ofrimin e shërbimeve të ngjashme brenda sektorit të administrimit të tokës.
7. Bashkëpunimi paraprak me organizatat ndërkombëtare është i dëshirueshëm .

Kompanitë konsulente të pranueshme do të përfshihen në listën e ngushtë sipas pikave më sipër.

Ekipi i ekspertëve i propozuar nga Kompania konsulente do të përfshijë anëtarët kryesorë të mëposhtëm:

• **Menaxher i Projektit**

Menaxheri i Projektit do të jetë përgjegjës për menaxhimin e përgjithshëm të kësaj kontrate, duke përfshirë menaxhimin e ekipit dhe mbështetje, koordinim ndërmjet palëve të përfshira dhe do të veprojë si pikë kryesore e kontaktit për komunikim dhe raportim . Ai/Ajo do të sigurojë që të gjitha burimet e kërkuara janë në dispozicion për prodhimin me cilësi të lartë të Planit të FNP-së .

Menaxheri i Projektit do të ketë përgjegjësinë e përgjithshme për ofrimin e të gjitha shërbimeve të kontraktuara dhe të merr detyrën e kontrollit të brendshëm të cilësisë. Përveç nga të qenit përgjegjës për menaxhimin e përgjithshëm të projektit, Menaxheri i Projektit do të veprojë edhe si ekspert dhe trajner gjatë punës, duke garantuar një zbatim të qetë të aktiviteteve të projektit. Menaxheri i Projektit do të sigurojë një nivel maksimal të bashkërendimit të aktiviteteve të fushatës sensibilizuese me procesin e rindërtimit të informacioneve kadastrale , duke u fokusuar në maksimizimin e përpjekjeve në zonat kadastrale ku rindërtimi i informacioneve kadastrale do të ndodhë.

Kualifikimet :

- Diplomë Bachelor dhe / ose Master në komunikim , marrëdhënie me publikun, marketing / biznes. Duhet të sigurohet evidencë e titujve dhe / ose diplomave të fituara (dmth - me kopje të noterizuar).
- Së paku 10 vjet përvojë profesionale përkatëse në media dhe komunikim, fushata ndërgjegjësimi publik, marketing/biznes. Kjo duhet të vërtetohet duke ofruar dëshmi dokumentare që tregojnë qartë datën e fillimit dhe mbarimit të periudhës së punës (referenca nga kontraktorët, ose kontratat e punës)
- Përvoja në të paktën një projekt / fushatë ndërgjegjësimi publik lidhur me sektorin e administrimit të tokës është e dëshirueshme .

• **Specialist i Zhvillimit / Përfshirjes Sociale**

Specialisti i Zhvillimit / Përfshirjes Sociale do të jetë përgjegjës për të siguruar që grupet e marginalizuara të pajisen me informacion të mjaftueshëm përmes FNP-së . Nën mbikëqyrjen e Menaxherit të Projektit , ai / ajo do të punojë ngushtë me të gjithë akterët përkatës , dhe do të jetë përgjegjës për sigurimin e inputeve teknike dhe ekspertizës specifike për të siguruar që mesazhet kryesore janë përshtatur për nevojat / interesat / shqetësimet e grupeve të marginalizuara, dhe se kanalet / mjetet e komunikimit janë të përshtatshme për plotësimin e nevojave të grupeve të cënuara të synuara.

Kualifikimet

- Diplomë Bachelor dhe / ose Master në shkencat shoqërore, punë sociale, zhvillim ose fushë të ngjashme. Duhet të sigurohet evidencë e titujve dhe / ose diplomave të fituara (dmth - me kopje të noterizuar).
- Së paku shtatë vjet përvojë profesionale përkatëse në zhvillimin shoqëror ose përfshirjen (10 vjet përvojë me një diplomë Bachelor) . Përvojë në punën me grupet e marginalizuara dhe / ose komunitetet e pakicave etnike (në sektorin publik ose privat). Kjo duhet të vërtetohet duke ofruar dëshmi dokumentare që tregojnë qartë datën e fillimit dhe mbarimit të periudhës së punës (referenca nga kontraktorët, ose kontratat e punës) .

- **Specialist për Komunikim**

Specialisti për Komunikim do të jetë përgjegjës për të siguruar se kanalet e duhura të komunikimit janë të përfshira në Planin e FNP-së. Nën mbikëqyrjen e Menaxherit të Projektit, ai / ajo do të punojë ngushtë me të gjithë akterët përkatës dhe do të jetë përgjegjës për sigurimin e inputeve dhe ekspertizës teknike specifike për të siguruar që kanalet për komunikimin e mesazheve kryesore janë ato të duhurat ose nevojat / interesat / shqetësimet e grupeve të synuara dhe se kanalet / mjetet e komunikimit janë të përshtatshme për plotësimin e nevojave të grupeve të synuara .

Kualifikimet

- Diplomë Bachelor dhe / ose Master në Komunikim ose fushë të ngjashme. Duhet të sigurohet evidencë e titujve dhe / ose diplomave të fituara (dmth - me kopje të noterizuar).
- Së paku shtatë vjet përvojë profesionale përkatëse në zhvillimin shoqëror ose përfshirjen (10 vjet përvojë me një diplomë Bachelor). Përvojë në punën me grupet e marginalizuara dhe / ose komunitetet e pakicave etnike (në sektorin publik ose privat). Kjo duhet të vërtetohet duke ofruar dëshmi dokumentare që tregojnë qartë datën e fillimit dhe mbarimit të periudhës së punës (referenca nga kontraktorët, ose kontratat e punës).

- **Specialist i angazhimit në terren**

Specialisti i Angazhimit në Terren dhe Shtrirjes në Komunitet do të koordinojë nismat e krijuara për të promovuar organizatën dhe shërbimet e saj në komunitet. Administron programe organizative që synojnë adresimin e nevojave të zonës përreth. Specialisti në terren do të parashikojë zhvillimin e marrëdhënieve me drejtuesit e komunitetit dhe do të shërbejë si ndërlidhës i Kompanisë Konsulente me përbërës të ndryshëm.

Kualifikimet

- Diplomë Bachelor dhe / ose Master në Komunikim ose fushë të ngjashme. Duhet të sigurohen dëshmi të titujve dhe/ose diplomave të marra (dmth. - me kopje të noterizuar).
- Së paku shtatë vjet përvojë profesionale përkatëse në terren . Përvoja në punën me grupet e marginalizuara dhe / ose komunitetet e pakicave etnike (në sektorin publik ose privat). Kjo duhet të vërtetohet duke ofruar dëshmi dokumentare që tregojnë qartë datën e fillimit dhe mbarimit të periudhës së punës (referenca nga kontraktorët, ose kontratat e punës).

IX. PROCESI I PËRZGJEDHJES

Individët e kualifikuar dhe me përvojë do të përzgjidhen sipas Rregullores së Prokurimit të Bankës Botërore për Huamarrje IPF (Rregulloret), të nxjerra në korrik 2016 dhe të rishikuara në Nëntor 2017 dhe Gusht 2018, bazuar në metodën e përzgjedhjes për Përzgjedhjen e Konsulentëve të Kualifikuar (CQS).

Kriteret e Përzgjedhjes:

Kompania konsulente do të zgjidhet bazuar në :

1. Eksperiencë të dëshmuar në fushën e fushatave të informimit publik, marketing në media sociale, ngritjen e kapaciteteve në komunikim, komunikim i bazuar në web, dhe / ose fushatave në marrëdhëniet me media (50%) ;
2. Përvoja specifike në sigurimin e shërbimeve të ngjashme në shkallë të fushatave publike të Komunikimit / Informimit (mundësisht në sektorin e administrimit të tokës) me projekte të financuara nga organizata vendore apo ndërkombëtare (50 %) ;

Ju lutem vini re se kualifikimi dhe përvoja kryesore e stafit (përfshirë CV -të e tyre) nuk do të jenë pjesë e kriterëve të vlerësimit/procesit të përzgjedhjes - kualifikimi/përvoja kryesore e stafit do të merret parasysh gjatë negociatave të kontratës me Kompaninë e suksesshme/e renditur e para.