

Phần 2. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

Chương V. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT

1. Giới thiệu chung về dự án/dự toán mua sắm, gói thầu:

Chủ đầu tư: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh

Tên kế hoạch lựa chọn nhà thầu: Triển khai hoạt động thông tin đối ngoại năm 2025.

Tên gói thầu: Gói thầu số 3: Triển khai hoạt động thông tin đối ngoại năm 2025.

Nguồn vốn: Kinh phí NSNN năm 2025.

Hình thức lựa chọn nhà thầu: Đấu thầu rộng rãi

Phương thức lựa chọn nhà thầu: Một giai đoạn, một túi hồ sơ

Thời gian tổ chức lựa chọn nhà thầu: 30 ngày

Thời gian bắt đầu tổ chức lựa chọn nhà thầu: Quý IV năm 2025

Loại hợp đồng: Trọn gói

Thời gian thực hiện gói thầu: 60 ngày

2. Mục tiêu công việc:

- Triển khai hiệu quả các nhiệm vụ quan trọng trong công tác thông tin đối ngoại tại Bắc Ninh trong năm 2025, với ý nghĩa đặc biệt quan trọng, năm cuối thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021 - 2025, đồng thời là năm tập trung tổ chức Đại hội Đảng các cấp, tiến tới Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIV.

- Truyền thông hình ảnh Bắc Ninh - Kinh Bắc kết tinh các giá trị kinh tế, văn hoá, xã hội, có tính chân, thiện, mỹ, mang những thông điệp để tạo sự tin tưởng, an toàn, sự hài lòng cho các đối tác, doanh nhân, nhà đầu tư khi tiếp xúc, tìm kiếm cơ hội hợp tác, sản xuất kinh doanh ở địa phương. Sự phát triển vượt bậc trong những năm qua của Bắc Ninh kết hợp các yếu tố văn hoá truyền thống là những "vật liệu" quan trọng hàng đầu để tiếp tục xây dựng hình ảnh Bắc Ninh trong giai đoạn phát triển mới. Đó là tiền đề để tỉnh Bắc Ninh được bổ sung thêm các lợi thế và năng lực cạnh tranh.

- Quảng bá hình ảnh chính quyền: Xây dựng hình ảnh chính quyền tỉnh năng động, sáng tạo, minh bạch và hiệu quả, khẳng định cam kết đồng hành cùng doanh nghiệp, người dân và nhà đầu tư. Hình ảnh về Chính quyền chủ động trong việc cải thiện môi trường đầu tư, triển khai các thủ tục hành chính điện tử hiện đại, giảm thiểu các rào cản pháp lý.

- Quảng bá văn hóa - du lịch: Truyền thông hình ảnh tỉnh Bắc Ninh như một điểm đến du lịch văn hóa, tín ngưỡng, tâm linh hấp dẫn với sự giàu có về di sản văn

hóa như Dân ca Quan họ, tranh Đông Hồ,... cùng với các di tích lịch sử nổi tiếng như đền Đô, chùa Phật Tích...

- Thu hút đầu tư: Định vị Bắc Ninh là một trung tâm công nghiệp công nghệ cao, thu hút đầu tư trong các lĩnh vực công nghệ, sản xuất điện tử và phát triển bền vững.

3. Yêu cầu kỹ thuật của gói thầu:

3.1. Yêu cầu về chất lượng của dịch vụ

- Hoạt động tuyên truyền, quảng bá phải được triển khai một cách hệ thống đồng nhất, chuẩn xác, thường xuyên và liên tục với sự phối hợp của các cấp, các ngành, địa phương và người dân.

- Triển khai đến các sở, ngành, địa phương, cơ quan, tổ chức và nhân dân nội dung quảng bá, tạo dựng hình ảnh của tỉnh, từ đó nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận cao, phát huy tinh thần chủ động, tích cực của cả hệ thống chính trị và cộng đồng dân cư trong việc tham gia tạo dựng hình ảnh của tỉnh.

- Tập trung các giải pháp để đẩy nhanh sự nhận biết hình ảnh địa phương trong năm 2025.

3.2 Đối tượng hướng tới của Kế hoạch.

- Doanh nghiệp và nhà đầu tư trong nước và quốc tế: Đặc biệt hướng tới các tập đoàn công nghệ, sản xuất điện tử từ Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, Trung quốc và châu Âu.

- Khách du lịch trong nước và quốc tế: Tập trung vào du lịch văn hóa và tín ngưỡng, với khách từ các nước có quan hệ văn hóa sâu sắc như Nhật Bản, Hàn Quốc...

- Các tổ chức xúc tiến đầu tư, du lịch, hiệp hội doanh nghiệp, Đại sứ quán, Thương vụ các nước...

- Cộng đồng trong nước: Tăng cường nhận thức và sự tham gia của người dân vào các hoạt động quảng bá địa phương.

- Người dân tại địa phương: Cán bộ và nhân dân địa phương, người lao động thuộc các cơ quan, đoàn thể, nhân dân tỉnh Bắc Ninh để mỗi cán bộ, mỗi người dân Bắc Ninh là một tuyên truyền viên quảng bá hình ảnh của tỉnh. Tự hào gìn giữ bảo tồn nét văn hóa truyền thống và xây dựng quê hương giàu mạnh.

3.3 Nội dung tuyên truyền quảng bá:

3.3.1. Định hướng

- Tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Bắc Ninh - Kinh Bắc kết tinh các giá trị kinh tế, văn hoá, xã hội, có tính chân, thiện, mỹ, mang những thông điệp để tạo sự tin tưởng, an toàn, sự hài lòng cho các đối tác, doanh nhân, nhà đầu tư khi tiếp xúc, tìm kiếm cơ hội hợp tác, kinh doanh tại Bắc Ninh.

- Truyền thông về một Bắc Ninh đổi mới, sáng tạo, phát triển một cách đột phá, ấn tượng và sâu sắc thông qua quảng bá về tiềm năng, cơ hội đầu tư; những giá trị di sản văn hoá, con người, truyền thống văn hóa lâu đời của vùng đất Bắc Ninh - Kinh Bắc.

- Tuyên truyền hình ảnh Bắc Ninh cô đúc tinh hoa văn hóa, tạo ra những thông điệp hiện đại, sâu sắc, tinh tế cuốn hút nguồn lực kinh tế, vốn đầu tư, con người và phát triển kinh tế - xã hội và du lịch của tỉnh.

- Thu hút, định hướng công chúng, du khách, nhà đầu tư trong và ngoài nước quan tâm ủng hộ, lựa chọn các sản phẩm du lịch của tỉnh.

- Tăng cường công tác đối ngoại, hội nhập, hợp tác quốc tế, phấn đấu xây dựng tỉnh Bắc Ninh phát triển bền vững.

- Triển khai thực hiện đồng bộ, thống nhất trên địa bàn toàn tỉnh theo mục tiêu, nhiệm vụ đề ra: Truyền thông, quảng bá hình ảnh tỉnh qua nhiều hình thức; xây dựng chính quyền thân thiện, hệ thống các dịch vụ sẵn sàng phục vụ cộng đồng, thực hiện đồng bộ cơ chế chính sách thu hút đầu tư; tạo dựng hình ảnh của tỉnh thông qua phát huy có hiệu quả các chương trình, đề án phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

- Tuyên truyền về các chủ trương của Đảng, Nhà nước và các giải pháp đồng bộ của Chính phủ, của tỉnh để tháo gỡ khó khăn cho người dân và doanh nghiệp, thúc đẩy sản xuất kinh doanh, phát triển kinh tế - xã hội.

- Mỗi tổ chức, cá nhân nâng cao nhận thức, trách nhiệm của mình đối với việc tạo dựng hình ảnh tỉnh, từ đó có kế hoạch cụ thể để quảng bá, tạo dựng hình ảnh của tổ chức, địa phương góp phần thực hiện có hiệu quả việc quảng bá, tạo dựng hình ảnh của tỉnh năm 2025.

3.3.2. Nội dung tuyên truyền, quảng bá

- Tuyên truyền, quảng bá về các tiềm năng, thế mạnh; các sản phẩm đặc trưng, các điểm, sản phẩm du lịch hấp dẫn của tỉnh Bắc Ninh.

- Tuyên truyền về những sự kiện du lịch nổi bật của tỉnh trong năm.

- Tuyên truyền về các cơ chế chính sách khuyến khích đầu tư và kinh doanh tại tỉnh Bắc Ninh; cơ hội đầu tư kinh doanh và các dự án kêu gọi đầu tư trên địa bàn tỉnh.

- Tuyên truyền các thông điệp, định hướng về phát triển văn hóa - du lịch; kinh tế - đầu tư và chính quyền, người dân tỉnh Bắc Ninh.

- Tuyên truyền nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (chỉ số PCI), phấn đấu để đạt vị trí cao trong tổng thể về chỉ số cạnh tranh PCI.

3.4. Nội dung cụ thể:

3.4.1. Sản xuất các nội dung ngắn và bài viết quảng bá Bắc Ninh thông qua hiệu ứng MV Bắc Bling của Hòa Minzy

Xây dựng các clip ngắn để đăng phát trên các kênh truyền thông số như Tiktok, Facebook, Youtube sản xuất các bài viết có gắn từ khóa từ đó quảng cáo để được nhiều người biết đến.

Hình thức và số lượng sản phẩm:

- Sản xuất 10 clip ngắn 3 phút để đăng trên các kênh truyền thông số Tiktok, Facebook, Youtube để quảng bá.

- Sản xuất 10 bài viết có gắn từ khóa về Bắc Bling (bài viết từ 500 từ trở lên, mỗi bài viết kèm 2 ảnh) đăng trên fanpage Facebook.

- Chạy quảng cáo các sản phẩm truyền thông trên các kênh truyền thông số fanpage Facebook, Tiktok, Youtube để đạt hiệu quả về mặt truyền thông.

Mục đích sản phẩm:

Tận dụng sức lan tỏa tích cực từ MV "Bắc Bling" của ca sĩ Hòa Minzy, thông qua hiệu ứng đó để tiếp tục truyền thông về văn hoá - du lịch, hình ảnh tỉnh Bắc Ninh với diện mạo trẻ trung, năng động, thân thiện mà vẫn đậm đà truyền thống. Thông qua việc quảng bá, phát triển các nội dung tiếp nối từ một sản phẩm thành công mang dấu ấn và bản sắc Bắc Ninh, chuỗi video ngắn sẽ khắc hoạ và phổ biến trên mạng xã hội hình ảnh Bắc Ninh không chỉ là vùng đất di sản mà còn là điểm đến du lịch - văn hoá đặc sắc, kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại, phù hợp với thị hiếu giới trẻ và khán giả số.

Định hướng triển khai:

- Tái sử dụng hình ảnh, âm nhạc, thông điệp từ MV "Bắc Bling" để sản xuất các clip ngắn có nội dung đa dạng: phản ứng của người xem (reaction), phiên bản cover/dance của giới trẻ, giải mã tại sao MV trở thành hiện tượng văn hoá...

- Dẫn dắt các clip theo hình thức vlog du lịch, trải nghiệm các điểm đến, cảnh đẹp tại Bắc Ninh, dựa trên các cảnh quay xuất hiện trong Bắc Bling.

- Ứng dụng xu hướng công nghệ hiện đại như AI,... vào sản xuất nội dung.

Đề tài dự kiến các clip 3 phút:

- Người dân Lạc Xá lên sóng: kể chuyện hậu trường Bắc Bling
- Vlog: Một ngày du lịch Bắc Ninh theo hướng dẫn của Hòa Minzy
- MV Bắc Bling và những cái "nhất" của Bắc Ninh
- Một ngày hóa thân thành thợ làng gốm - địa danh xuất hiện trong MV Bắc Bling
- Bóc tách những độc bản mang hơi thở miền Kinh Bắc trong MV Bắc Bling
- Giải mã những cảnh quay tái hiện tranh Đông Hồ trong MV Bắc Bling
- Những sự tích linh thiêng về các địa điểm tâm linh xuất hiện trong Bắc Bling

- Khi Bắc Bling chiếm sóng toàn cõi mạng, già trẻ lớn bé không ai không biết đến mảnh đất Bắc Ninh
- Minigame: Tìm về Bắc Bling
- Khi các liên anh, liên chị ngoài đời thực với MV Bắc Bling

3.4.2. Sản xuất các sản phẩm truyền thông đăng phát trên truyền hình, trên các kênh mạng xã hội, trên sân bay

- Sản xuất 01 TVC chất lượng cao thời lượng 30 giây để đăng phát trên kênh truyền hình quốc tế CNN.com (khu vực Châu Á, Châu Âu, Trung Đông, Châu Phi và Bắc Mỹ), quảng bá về văn hoá và du lịch Bắc Ninh, đăng phát trên fanpage Facebook, Youtube, Tiktok. Có phụ đề tiếng anh.

- Sản xuất 01 TVC 2 phút về kinh tế đầu tư quảng bá một Bắc Ninh hiện đại, là thủ phủ công nghiệp của Việt Nam, thu hút FDI lớn nhất.... Chương trình sẽ được phát sóng trên nhiều nền tảng: Facebook, Tiktok, Youtube; phát tại cảng hàng không quốc tế Nội Bài và Tân Sơn Nhất. Có phụ đề tiếng Anh.

- Sản xuất 01 TVC thời lượng 02 phút có nội dung về văn hóa Bắc Ninh. Quảng bá trên các kênh truyền thông số Facebook, Tiktok, Youtube; Phát tại cảng hàng không quốc tế Nội Bài và Tân Sơn Nhất. Có phụ đề tiếng Anh.

- Sản xuất phát sóng chương trình phim tài liệu 15 phút về chính sách thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo theo nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia phát trên VTV4, các kênh truyền thông số Facebook, Youtube, có phụ đề tiếng Anh.

- Sản xuất tour sử dụng công nghệ thực tế ảo VR 360 bao gồm 2 bộ ảnh, mỗi bộ 26 chiếc (địa điểm không bao gồm địa điểm đã làm năm 2024, tích hợp với năm 2024, trong đó có 2 bộ ảnh về các khu công nghiệp để thu hút đầu tư).

- Sản xuất các video 5 phút nhằm thu hút và giữ chân nhân tài, các chính sách ưu đãi của Bắc Ninh để thu hút nhân tài và giữ chân các chuyên gia trong các ngành công nghiệp trọng điểm. Phát trên các kênh truyền thông số Facebook, Youtube và website vietnam.vn.

Mục đích sản phẩm:

Tăng cường hiệu quả truyền thông đối ngoại qua các sản phẩm video chất lượng cao - đa nền tảng - đa đối tượng. Các TVC và clip ngắn sẽ đóng vai trò là "đại sứ hình ảnh" của tỉnh, giới thiệu tới nhà đầu tư, du khách, chuyên gia và công chúng trong và ngoài nước về một Bắc Ninh hội tụ: bản sắc - năng động - hiện đại - có tầm nhìn quốc tế.

Các sản phẩm này không chỉ truyền thông đơn thuần mà còn tích hợp những yếu tố giá trị - cảm xúc - công nghệ - sáng tạo - biểu tượng con người, nhằm lan

toả hình ảnh tinh tới những thị trường mục tiêu một cách nhân văn, chuyên nghiệp, thu hút và hiệu quả hơn.

Cách thức triển khai (định hướng đổi mới - sáng tạo):

Các sản phẩm TVC sẽ được xây dựng theo định hướng hiện đại, ứng dụng công nghệ số, kết hợp hài hòa giữa yếu tố bản sắc truyền thống và hình ảnh phát triển năng động của tỉnh Bắc Ninh. Một số phương thức triển khai đổi mới bao gồm:

- Áp dụng công nghệ số và hình thức thể hiện mới như: góc nhìn nhân vật (POV), MC ảo (AI avatar), đồ họa chuyển động (motion graphic),... giúp tăng tính hấp dẫn và hiệu quả tiếp nhận.
- Khai thác yếu tố biểu tượng và câu chuyện hóa (storytelling): Lồng ghép hành trình trải nghiệm, nhân vật đại diện, yếu tố bất ngờ hoặc cảm xúc để khơi gợi sự kết nối từ người xem với hình ảnh Bắc Ninh.
- Đầu tư chính chu về hình ảnh, âm nhạc và nhíp dựng, đảm bảo tiêu chuẩn phát sóng quốc tế, đồng thời thân thiện với định dạng mạng xã hội và nền tảng số.
- Sử dụng người nổi tiếng đến từ quê hương Bắc Ninh, chuyên gia, hoặc nhân vật thực tế phù hợp với từng chủ đề để đẩy mạnh tính lan tỏa, cộng hưởng, đồng thời đảm bảo thông điệp truyền thông mang tính xác thực, gần gũi và truyền cảm.
- Bản địa hóa và quốc tế hóa nội dung: Tất cả sản phẩm có phụ đề tiếng Anh, dễ dàng tích hợp cho các kênh phát sóng trong nước và quốc tế; nội dung truyền tải gắn với các giá trị phổ quát như phát triển bền vững, bản sắc văn hoá, môi trường đầu tư minh bạch...

Các sản phẩm sẽ được thiết kế linh hoạt để có thể đồng thời phục vụ cả mục tiêu truyền thông đối ngoại, quảng bá địa phương, cũng như hỗ trợ xúc tiến đầu tư và thu hút các nhà đầu tư quốc tế vào Bắc Ninh, đóng vai trò như công cụ trực quan, sinh động để giới thiệu về môi trường đầu tư minh bạch, tiềm năng phát triển kinh tế - công nghiệp - dịch vụ của tỉnh, thúc đẩy du lịch, nguồn nhân lực chất lượng cao, đảm bảo hiệu quả sử dụng ngân sách và khả năng tái sử dụng lâu dài trên các nền tảng truyền thông khác nhau.

3.4.2.1 Mô tả sản phẩm các TVC:

- **TVC** : là một dạng phim hay chương trình được dàn dựng sản xuất, lưu hành trên những phương tiện truyền thông đại chúng khác nhau thường là để quảng bá hoặc để cổ động, phổ biến 1 nội dung nào với hình ảnh, âm thanh sống động để thu hút người xem, cô đọng hết thông điệp cần truyền tải trong một khoảng thời gian ngắn. Thời lượng chương trình: 2 phút. Thời gian sản xuất 5-7 ngày

*** Về nhân sự sản xuất**

Do đặc thù của TVC là những sản phẩm yêu cầu cao về chất lượng hình ảnh, âm thanh, đòi hỏi sự nâng cấp một cách chuyên nghiệp, kỹ lưỡng là một yếu tố đảm bảo cho sự “hút người xem”. Do vậy, nhân sự tham gia sản xuất yêu cầu là người có kinh nghiệm, tay nghề cao, nhiều sáng tạo về ý tưởng kịch bản cách thức thể hiện nội dung, ekip sản xuất nhiều người với nhiều công đoạn sản xuất khác nhau. Các yêu cầu về chuyên môn của nhân sự tham gia sản xuất 2 thể loại chương trình trên, đặc biệt là các nhân sự chủ chốt rất cao và đặc thù cụ thể như sau:

- Về kinh nghiệm: Được đào tạo và có kinh nghiệm tối thiểu nhiều năm trong việc tham gia sản xuất TVC hoặc đã tham gia các dự án truyền thông lớn của các thương hiệu nổi tiếng

- Về số lượng: Do tính đặc thù của sản phẩm nên ngoài ekip sản xuất chính như biên tập viên, tổ chức sản xuất, quay phim, đạo diễn... còn yêu cầu có sự tham gia của ekip kỹ thuật, âm thanh ánh sáng, hóa trang, xây dựng bối cảnh, diễn viên...

***Về máy móc thiết bị**

Khác với truyền hình, ngôn ngữ hình ảnh của TVC yêu cầu cao về mặt hình ảnh, cũng như logic liên kết giữa các hình ảnh khác nhau, đồng thời, trong 1 cảnh quay yêu cầu quay cận cảnh, cảnh trung/toàn hoặc quay từ trên cao... Do vậy, quá trình sản xuất cần sử dụng nhiều thiết bị máy quay hiện đại như: máy quay chất lượng 4K với bộ ống kính hiện đại, Flycam, Dolly, Cầu ngòi, bộ thiết bị ánh sáng như kiloflo, daylight, Kit, kilo 6 bóng và các thiết bị phụ trợ khác như Frame, filter....cùng với các nhân sự điều khiển các thiết bị này.

Để có hiệu ứng truyền thông tốt thì các nhân vật chính trong TVC thường là nhân vật khá nổi tiếng, có sức hút nhất định để thu hút người xem, người quan tâm đến TVC. Nhạc sử dụng trong TVC là nhạc phải được mua bản quyền, được lựa chọn và làm lại đáp ứng mục đích truyền tải của sản phẩm.

TVC được đăng phát trên fanpage và youtube Công thông tin đối ngoại tỉnh Bắc Ninh/ Bắc Ninh – Vùng quê văn hiến; Quảng cáo TVC trên fanpage để đạt 100.000 lượt tiếp cận trên fanpage.

Nội dung dự kiến của TVC 30 giây:

TVC đưa người xem theo chân một chàng trai trẻ trở về quê hương Bắc Ninh, đưa người xem khám phá vùng đất này không bằng lời kể, mà bằng âm thanh – mỗi điểm đến là một “tàng âm thanh di sản” đặc trưng.

(Nội dung của TVC có thể sẽ thay đổi tùy theo thực tế và ý tưởng sáng tạo của đơn vị triển khai)

Nội dung dự kiến của TVC 2 phút về kinh tế:

Một nhà đầu tư bí ẩn, lịch lãm đặt chân đến Bắc Ninh, khám phá những thế mạnh kinh tế nổi bật của tỉnh qua góc nhìn của chính mình, từ khu công nghiệp hiện đại đến môi trường khởi nghiệp sôi động, khu đô thị...

Nội dung dự kiến của TVC 2 phút về văn hóa Bắc Ninh:

TVC là một hành trình cảm xúc, nơi một bé gái đại diện cho thế hệ mai sau, cho tinh thần ngây thơ và thuần khiết của tầng lớp măng non lần lượt gặp gỡ những con người thuộc các thế hệ trước – những người đã và đang gìn giữ các giá trị văn hoá truyền thống Bắc Ninh.

(Nội dung của các TVC có thể sẽ thay đổi tùy theo thực tế và ý tưởng sáng tạo của đơn vị triển khai)

3.4.2.2 Đối với sản xuất phát sóng 01 chương trình phim tài liệu, thời lượng 15 phút, có phụ đề tiếng Anh phát trên kênh truyền hình đối ngoại Trung ương:

- Đề tài dự kiến: Bắc Ninh – hướng đến thành phố công nghệ giữa lòng Kinh Bắc.

3.4.2.3. Sản xuất tour sử dụng công nghệ thực tế ảo VR 360 bao gồm 2 bộ ảnh, mỗi bộ 26 chiếc (địa điểm không bao gồm địa điểm đã làm năm 2024, tích hợp với năm 2024, trong đó có 2 bộ ảnh về các khu công nghiệp để thu hút đầu tư).

Mô tả sản phẩm:

Xây dựng bộ ảnh tour đến các khu công nghiệp ở Bắc Ninh. Tour VR360 là một trải nghiệm du lịch ảo sử dụng công nghệ thực tế ảo 360 độ, cho phép người dùng khám phá các địa điểm từ xa với cảm giác như đang thực sự ở đó.

Chi tiết về một tour VR360:

Hệ thống sẽ có một trang VR360 trải nghiệm và khám phá tour dưới hình thức tour ảo. Cấu trúc trang bao gồm:

1. Trang Chào Đón và Giới Thiệu

- Giới thiệu tổng quan về điểm đến hoặc dự án, di tích. Bao gồm
- Hình ảnh 360 tổng quan khu vực, lời thuyết minh bằng text và lời dẫn bằng âm thanh.

- Danh mục các điểm trong khu vực hoặc các điểm giới thiệu trong di tích, dự án dạng lưới và dạng point trên ảnh 360.

2. Các Point (các điểm nội khu - điểm đến liên kết)

- Từ trang giới thiệu tổng quan người dùng có thể chạm (với trên điện thoại thông minh) hoặc click (trên máy tính) để truy cập trải nghiệm các poin (điểm đến liên kết).

- Trang sẽ load nội dung hình ảnh tour 360 tương ứng của điểm đó với lời bình, lời thuyết minh và hình ảnh (có thể là 1 hoặc là nhiều ảnh 360).

Dự kiến tour VR360 bao gồm có 2 bộ ảnh (2 điểm đến) mỗi điểm đến sẽ có 26 điểm ảnh.

3.4.2.4. Sản xuất các video 5 phút nhằm thu hút và giữ chân nhân tài, các chính sách ưu đãi của Bắc Ninh để thu hút nhân tài và giữ chân các chuyên gia trong các ngành công nghiệp trọng điểm. Phát trên các kênh truyền thông số Facebook, Youtube và website vietnam.vn.

Tên đề tài dự kiến:

- Bắc Ninh – Điểm đến mới của nhân tài ngành bán dẫn
- Bắc Ninh – Chiêu hiền đãi sĩ

3.4.3. Duy trì và phát triển hệ sinh thái truyền thông số

- Quảng cáo nội dung truyền thông fanpage: bao gồm quảng bá nội dung truyền thông về đầu tư, văn hóa, du lịch trên fanpage.

- Quảng cáo nội dung truyền thông trên youtube: bao gồm quảng bá nội dung truyền thông về đầu tư, văn hóa, du lịch trên youtube.

- Quảng cáo nội dung truyền thông trên tiktok: bao gồm quảng bá nội dung truyền thông về văn hóa, du lịch trên kênh tiktok.

- Duy trì kênh fanpage facebook, kênh tiktok và kênh youtube Cổng thông tin đối ngoại tỉnh Bắc Ninh: Đăng phát các sản phẩm video, chương trình truyền thông..., giới thiệu về văn hóa, du lịch, con người, ẩm thực, thu hút đầu tư... quảng cáo để quảng bá hình ảnh Bắc Ninh nhằm thu hút khách du lịch cả trong và ngoài nước và thu hút đầu tư.

- Quảng bá nội dung, chiến lược truyền thông đa kênh trên Facebook, quảng cáo nội dung truyền thông trên youtube, quảng bá nội dung du lịch, văn hóa trên kênh tiktok nhằm tăng lượng tương tác, thu hút lượng lớn người xem và biết đến Bắc Ninh.

- Dự kiến các chỉ số đạt được của fanpage: Dự kiến đạt tối thiểu 1 triệu lượt tiếp cận (reach), 100.000-200.000 lượt tương tác trên fanpage (view, like, share).

- Dự kiến đạt từ 200.000 lượt tương tác trên kênh youtube trở lên.

- Đối với TVC: đạt 200.000 lượt tiếp cận trên fanpage và đạt 100.000-150.000 lượt view trên youtube.

- Đối với kênh Tiktok đạt 500.000 lượt xem, tương tác.

3.5. Bảo đảm điều kiện vệ sinh môi trường, phòng cháy, chữa cháy, an toàn lao động và các yêu cầu khác:

Nhà thầu cam kết thực hiện đầy đủ, cụ thể như sau:

- Đảm bảo các điều kiện về vệ sinh môi trường, an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy trong quá trình thực hiện hợp đồng với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh.

- Nếu để xảy ra sự cố về vệ sinh môi trường, phòng cháy chữa cháy, an toàn lao động trong quá trình thực hiện hợp đồng với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh do lỗi của nhà thầu, nhà thầu phải chịu hoàn toàn trách nhiệm về các sự việc xảy ra.

- Nếu để xảy ra sự cố, vi phạm pháp luật do lỗi của nhà thầu trong quá trình thực hiện hợp đồng với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh, làm ảnh hưởng đến uy tín của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh thì phải bồi thường cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh: 100% giá trị thiệt hại.

4. Giải pháp và phương pháp luận:

Nhà thầu chuẩn bị đề xuất giải pháp, phương pháp luận tổng quát thực hiện dịch vụ theo các nội dung quy định tại Chương này, gồm các phần như sau:

- 1. Giải pháp và phương pháp luận;*
- 2. Kế hoạch công tác.*

5. Quy định về kiểm tra, nghiệm thu sản phẩm:

Mục này quy định về quy trình kiểm tra, nghiệm thu sản phẩm, trình tự giao nộp sản phẩm (nếu có)... để phục vụ công tác thanh, quyết toán hợp đồng.