

PHẦN 2. ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU

CHƯƠNG V. ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU

“Điều khoản tham chiếu” bao gồm những nội dung chủ yếu sau:

I. Giới thiệu:

1.1. Mô tả khái quát về dự án và gói thầu

1. Tên gói thầu: Kế hoạch tuyên truyền giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu của di sản Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc

2. Tên Nhiệm vụ: Xây dựng Kế hoạch tuyên truyền, giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu và Quy chế bảo vệ di sản thế giới Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc

3. Cơ quan chủ trì: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Hải Phòng.

4. Cơ quan phối hợp: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ninh, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bắc Ninh

5. Chủ đầu tư: Ban Quản lý di tích Côn Sơn - Kiếp Bạc, địa chỉ: TDP Tiên Sơn, Phường Trần Hưng Đạo, TP Hải Phòng

6. Thời gian thực hiện gói thầu: 60 ngày

7. Loại hợp đồng: Trọn gói

8. Nguồn vốn: Nguồn ngân sách thành phố (Nguồn chi thường xuyên năm 2026 giao Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại Quyết định số 5055/QĐ-UBND ngày 12/12/2025 của Ủy ban nhân dân thành phố)

9. Mục đích nhiệm vụ: Việc xây dựng Kế hoạch tuyên truyền, giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu của di sản văn hóa thế giới Quần thể Di tích và Danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc nhằm thiết lập nền tảng nhận thức và hành động đồng bộ nhằm bảo tồn và phát huy bền vững Giá trị nổi bật toàn cầu (OUV) của Khu di sản, đáp ứng các tiêu chuẩn yêu cầu của UNESCO và hướng tới trở thành một hình mẫu thành công trong công tác quản lý di sản liên tỉnh

10. Phạm vi và đối tượng:

a. Phạm vi không gian: 3 địa phương Hải Phòng, Quảng Ninh, Bắc Ninh với 12 điểm di tích thành phần.

b. Đối tượng:

- Nhóm đối tượng quản lý: Đây là nhóm định hình chính sách và trực tiếp thực thi việc bảo tồn di tích.

+ Chính quyền các cấp: Lãnh đạo và cán bộ thuộc 3 tỉnh Hải Phòng, Quảng Ninh, Bắc Ninh.

+ Ban quản lý di tích: Những người trực tiếp vận hành, bảo vệ và hướng dẫn tại các điểm di sản.

+ Cộng đồng tôn giáo, tín ngưỡng: Các tăng ni, phật tử tại các chùa; người trông coi di tích.

- Nhóm Cộng đồng địa phương: là chủ thể quan trọng nhất để duy trì tính toàn vẹn của di sản.

+ Người dân sinh sống trong vùng lõi và vùng đệm

+ Thế hệ trẻ (Học sinh, sinh viên): Đối tượng trọng tâm của các chương trình giáo dục di sản

- Nhóm Khách tham quan

+ Khách nội địa

+ Khách quốc tế

+ Khách du lịch có trách nhiệm

- Nhóm Chuyên gia

+ Hội đồng Di sản Văn hóa Quốc gia và các chuyên gia: Những người thẩm định và đưa ra các khuyến nghị chuyên môn.

+ Cơ quan thông tấn, báo chí: Kênh truyền tải thông điệp chính thống và định hướng dư luận xã hội.

+ Travel Bloggers và Người có sức ảnh hưởng: Nhóm quảng bá hình ảnh di sản trên không gian số theo cách hiện đại, trực quan.

11. Mục tiêu nhiệm vụ:

a. Mục tiêu chung: Khẳng định và lan tỏa Giá trị Nổi bật Toàn cầu (OUV) của Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc; nhằm nâng cao ý thức trách nhiệm của cộng đồng trong bảo tồn di sản, đồng thời xây dựng thương hiệu điểm đến văn hóa - tâm linh đặc sắc, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch bền vững và tranh thủ sự ủng hộ của cộng đồng trong nước và quốc tế đối với di sản.

b. Mục tiêu cụ thể: Kế hoạch này nhằm đáp ứng 3 nhóm mục tiêu cụ thể

- Nhóm mục tiêu về tuyên truyền và nâng cao nhận thức về giá trị nổi bật toàn cầu (OUV) của Khu di sản:

+ Chuẩn hóa và thống nhất thông điệp về giá trị nổi bật toàn cầu: Đảm bảo toàn bộ công chúng, khách du lịch, và các cấp quản lý tại 03 địa phương (Quảng Ninh, Hải Phòng, Bắc Ninh) đều hiểu rõ và sử dụng duy nhất một thông điệp cốt lõi

về giá trị nổi bật toàn cầu của khu di sản. Mục đích là làm nổi bật vai trò của Quần thể như cái nôi và trung tâm phát triển của Thiền phái Trúc Lâm, đồng thời nhấn mạnh mối liên kết lịch sử, văn hóa, và kiến trúc không thể tách rời giữa các di tích.

+ Nâng cao vị thế quốc tế của Khu di sản: Giới thiệu OUV của Quần thể đến cộng đồng quốc tế, các học giả và chuyên gia quốc tế. Mục đích là tăng cường hiểu biết về di sản, tạo dựng sự ủng hộ quốc tế trong công tác quản lý bảo tồn di sản, định vị di sản trong bản đồ du lịch và nghiên cứu toàn cầu, tập trung vào giá trị nổi bật và tính xác thực của nó. Đồng thời khẳng định hình ảnh về một hình mẫu quản lý di sản chuyên nghiệp và cam kết bảo tồn theo tiêu chuẩn quốc tế.

- Nhóm mục tiêu về giáo dục và diễn giải di sản:

+ Xây dựng chủ thể bảo tồn: Giáo dục sâu rộng về OUV cho cộng đồng địa phương, đặc biệt là thế hệ trẻ. Mục đích là để họ hiểu rõ lợi ích và trách nhiệm của mình, biến cộng đồng thành chủ thể tích cực trong công tác bảo tồn, giám sát và ứng xử văn minh tại khu vực di sản.

+ Cải thiện công tác diễn giải di sản: Cung cấp các công cụ và nội dung diễn giải chuẩn hóa, dễ tiếp cận. Mục đích là giúp du khách không chỉ "thăm" di tích mà còn "hiểu" và "cảm nhận" được OUV, qua đó tăng cường sự tôn trọng đối với di sản.

- Nhóm mục tiêu về phối hợp quản lý và phát triển bền vững:

+ Tạo cơ chế phối hợp đồng bộ: Thiết lập một nền tảng truyền thông chung, trong đó 3 địa phương phải phối hợp hành động và chia sẻ nguồn lực. Mục đích là khắc phục tình trạng truyền thông riêng lẻ, đảm bảo các hoạt động truyền thông được triển khai một cách hiệu quả, tiết kiệm, và thống nhất, đáp ứng yêu cầu quản lý liên tỉnh của UNESCO.

+ Định hướng du lịch bền vững: Truyền thông giá trị OUV để định hướng thu hút khách du lịch chất lượng, có ý thức, thay vì chỉ chú trọng vào số lượng. Mục đích là quản lý lưu lượng khách, giảm thiểu áp lực lên di tích và tối đa hóa lợi ích kinh tế cho cộng đồng dựa trên giá trị văn hóa cốt lõi.

12. Căn cứ pháp lý:

- Công ước 1972 của UNESCO về Bảo vệ Di sản Văn hóa và Thiên nhiên Thế giới.

- Hướng dẫn thực hiện Công ước Di sản Thế giới (Operational Guidelines – UNESCO).

- Luật Di sản văn hóa 2024.

- Luật Quảng cáo, Luật Du lịch, Luật Báo chí và các văn bản quy định liên quan.

- Nghị định số 215/2025/NĐ-CP của Chính phủ: Quy định các biện pháp quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới, di sản văn hóa dưới nước, di sản văn hóa phi vật thể trong các Danh sách của UNESCO và Danh mục quốc gia về di sản văn hóa phi vật thể và chính sách đối với nghệ nhân, chủ thể di sản văn hóa phi vật thể.

- Quy hoạch, kế hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích tại 3 địa phương.

- Kế hoạch quản lý Di sản thế giới Quần thể Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc.

- Các chỉ đạo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND ba tỉnh/thành liên quan.

- Căn cứ Công văn số 10724/VP-VX ngày 26/10/2025 của Văn phòng UBND thành phố Hải Phòng về việc thực hiện các khuyến nghị của UNESCO và Trung tâm Di sản thế giới đối với Di sản văn hóa thế giới Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc

1.2. Mô tả mục đích tuyển chọn nhà thầu

Nhằm tuyển chọn đơn vị Tư vấn có đủ kinh nghiệm và năng lực thực hiện công tác Xây dựng Kế hoạch tuyên truyền giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu của di sản Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc theo đúng các quy định hiện hành của nhà nước và pháp luật, đảm bảo tiến độ triển khai nhiệm vụ, đồng thời đáp ứng đầy đủ các yêu cầu sau:

- Yêu cầu về tính khoa học: Nội dung truyền thông phải chính xác, khoa học, khách quan, tuân thủ tiêu chí OUV và các quy định của UNESCO. Tất cả tài liệu truyền thông phải dựa trên cơ sở khoa học vững chắc (Hồ sơ di sản, nghiên cứu lịch sử, khảo cổ học đã được phê duyệt) và được Hội đồng Khoa học liên tỉnh thẩm định trước khi công bố.

- Yêu cầu về giáo dục và cộng đồng: Kế hoạch phải ưu tiên phát triển các Chương trình giáo dục di sản chính thức tại ba tỉnh để đảm bảo truyền lại OUV cho thế hệ tương lai. Đồng thời phải đảm bảo sự tham gia tích cực và có ý nghĩa của cộng đồng địa phương vào quá trình truyền truyền, giới thiệu (ví dụ: thông qua các chương trình kể chuyện di sản, quảng bá sản phẩm truyền thống).

- Yêu cầu về tính thống nhất: Thống nhất về thông điệp, hình ảnh, biểu tượng, nhận diện giữa ba địa phương.

- Yêu cầu về tính bền vững: Đảm bảo tính bền vững, lâu dài, có khả năng duy trì trong 10 năm.

- Yêu cầu về chia sẻ nguồn lực: Tối ưu chi phí, sử dụng hiệu quả ngân sách nhà nước và xã hội hóa. Kế hoạch phải đề xuất các hoạt động có khả năng chia sẻ nguồn lực (kinh phí, nhân sự, chuyên gia, thiết bị) giữa ba tỉnh nhằm tối ưu hóa chi phí và tăng tính hiệu quả

- Yêu cầu về cơ chế phối hợp chính thức: Nhiệm vụ phải thiết lập được một cơ chế phối hợp tuyên truyền quảng bá thường xuyên và chính thức giữa Ban Quản lý di tích, Sở Văn hóa Thể thao Du lịch Quảng Ninh, Hải Phòng và Bắc Ninh. Cơ chế này cần có quy trình ra quyết định chung về việc sản xuất, phê duyệt và triển khai các sản phẩm truyền thông lớn.

- Yêu cầu về kỹ thuật: Kế hoạch phải sử dụng đa dạng các kênh truyền thông (kỹ thuật số, truyền thông, giáo dục trực tiếp) để tiếp cận nhiều đối tượng khác nhau (học giả, du khách, cộng đồng). Các sản phẩm truyền thông (website, băng diễn giải, video) phải có nội dung đa ngôn ngữ để phục vụ công chúng quốc tế.

- Yêu cầu về khả năng đo lường: Mỗi hoạt động truyền thông đề xuất phải có chỉ số đánh giá hiệu quả rõ ràng và cụ thể (ví dụ: Tỷ lệ tăng nhận thức của cộng đồng, số lượt tiếp cận quốc tế, số lượng du khách tham gia tour liên tỉnh). Đồng thời kế hoạch phải bao gồm việc thực hiện khảo sát/đánh giá định kỳ (ít nhất 1 lần/năm) để đo lường mức độ thành công của chiến lược.

- Yêu cầu về công nghệ: Ưu tiên sử dụng các công nghệ hiện đại (thực tế ảo VR, tham quan 3D, ứng dụng di động) để nâng cao trải nghiệm diễn giải di sản và mở rộng phạm vi tiếp cận OUV.

- Yêu cầu về tính toàn diện: Kế hoạch cần đảm bảo tính toàn diện, và có đổi mới sáng tạo, chuyển đổi từ truyền thông đơn lẻ sang một chiến lược liên kết, khoa học, và có trách nhiệm, nhằm khẳng định giá trị OUV của Quần thể Di tích Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc theo chuẩn mực Di sản Thế giới. Đồng thời, không chỉ quảng bá vẻ đẹp của di sản, mà phải truyền thông về những nỗ lực bảo tồn đang được tiến hành. Điều này khẳng định tính trách nhiệm của các địa phương với UNESCO và các tổ chức quốc tế.

II. Phạm vi công việc:

1. Mô tả chi tiết phạm vi công việc đối với nhà thầu, nguồn vốn, tên cơ quan thực hiện dự án/dự toán mua sắm, thời gian, tiến độ thực hiện, số tháng - người hoặc ngày – người cần thiết (nếu có):

- Phạm vi công việc đối với nhà thầu: Xây dựng Kế hoạch tuyên truyền giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu của di sản Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc

- Thời gian thực hiện: tối đa 60 ngày

- Nhân sự nhà thầu đề xuất đáp ứng yêu cầu tại chương III trong E-HSMT.

2. Mô tả các nhiệm vụ cụ thể do nhà thầu phải tiến hành trong thời gian thực hiện gói thầu tư vấn

2.1. Nhiệm vụ chung:

- Nhà thầu Tư vấn có trách nhiệm Xây dựng Kế hoạch tuyên truyền giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu của di sản Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc đáp bảo các yêu cầu đề ra nêu tại Mục 1.2, chương này.

- Thực hiện các nhiệm vụ khác thuộc trách nhiệm của Nhà thầu khi triển khai thực hiện gói thầu theo yêu cầu của Chủ đầu tư hoặc cấp có thẩm quyền (trừ những nội dung trái quy định của Pháp luật)

2.2. Nhiệm vụ cụ thể:

- Nhà thầu Tư vấn có trách nhiệm thực hiện các nội dung công việc dưới đây:

2.2.1. Khảo sát, thu thập dữ liệu và đánh giá hiện trạng truyền thông tại ba địa phương.

a. Mục đích

Mục đích chính của việc khảo sát, đánh giá hiện trạng là để có cái nhìn toàn diện, khách quan và dựa trên dữ liệu thực tế về hiện trạng công tác truyền thông ở các di sản thành phần qua đó làm cơ sở cho việc xây dựng chiến lược và phân bổ nguồn lực hiệu quả:

- Xác định khoảng cách: Đo lường sự khác biệt giữa hiện trạng truyền thông của từng điểm di sản thành phần ở từng địa phương (Quảng Ninh, Hải Phòng, Bắc Ninh) so với yêu cầu về tính thống nhất và tiêu chuẩn quốc tế của một Di sản Thế giới.

- Đánh giá hiệu quả và tính đồng bộ: Đánh giá mức độ hiệu quả của các kênh truyền thông hiện tại trong việc truyền tải thông điệp OUV (Giá trị Nổi bật Toàn cầu) và mức độ đồng bộ thông tin giữa ba tỉnh.

- Đo lường nhận thức cộng đồng: Xác định mức độ hiểu biết và nhận thức của các nhóm đối tượng mục tiêu (khách du lịch, cộng đồng địa phương, học sinh) về OUV và sự liên kết của Quần thể.

- Phân tích năng lực nội tại: Đánh giá năng lực chuyên môn và nguồn lực (tài chính, nhân sự, công nghệ) dành cho công tác tuyên truyền, giới thiệu tại các Ban Quản lý Di tích.

Kết quả của hoạt động khảo sát sẽ cung cấp cơ sở dữ liệu chính thức trong quá trình xây dựng chiến lược.

b. Phạm vi địa điểm, thời gian khảo sát

Toàn bộ các di tích thành phần nằm trong Di sản văn hóa thế giới Quần thể di tích danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm – Côn Sơn, Kiếp Bạc trên địa bàn 3 địa phương Hải Phòng, Quảng Ninh, Bắc Ninh, cụ thể bao gồm:

- 1) Khu di tích và danh thắng Yên Tử (tỉnh Quảng Ninh);
- 2) Khu di tích lịch sử nhà Trần ở Đông Triều (tỉnh Quảng Ninh);
- 3) Khu di tích lịch sử chiến thắng Bạch Đằng (tỉnh Quảng Ninh);
- 4) Khu di tích Côn Sơn - Kiếp Bạc (thành phố Hải Phòng);
- 5) Khu di tích An Phụ - Kính Chủ - Nhâm Dương (thành phố Hải Phòng);
- 6) Chùa Thanh Mai (thành phố Hải Phòng);
- 7) Chùa Vĩnh Nghiêm (tỉnh Bắc Ninh).
- 8) Chùa Bồ Đà (tỉnh Bắc Ninh).

Thời gian khảo sát dự kiến: 3 ngày/khu di tích

c. Hoạt động

Trên cơ sở đó, hoạt động khảo sát được chia thành nội dung chính:

- Rà soát các nội dung tuyên truyền, giáo dục hiện có: Thu thập và phân tích các ấn phẩm, tài liệu quảng bá, website, và bảng chỉ dẫn hiện tại của từng di tích để xác định thông điệp chính được truyền tải và mức độ khác biệt giữa 3 tỉnh. Liệt kê và đánh giá hiệu quả của tất cả các kênh truyền thông đang sử dụng (Website, Fanpage, YouTube, báo chí truyền thống) về lượt tương tác, nội dung OUV, và ngôn ngữ sử dụng. Kiểm tra chất lượng và sự đồng bộ của hệ thống bảng chỉ dẫn, bản đồ, nội dung thuyết minh tại chỗ tại các di sản thành phần.

Nội dung này giúp xác định các ưu tiên và mục tiêu cụ thể của Kế hoạch truyền thông ở từng di tích, từng địa phương cụ thể

- Khảo sát định lượng và định tính về nhận thức của cộng đồng địa phương, khách du lịch và đội ngũ cán bộ quản lý, hướng dẫn viên: Phỏng vấn sâu và Khảo sát bằng bảng hỏi tại khu vực lân cận di tích nhằm tìm hiểu Mức độ hiểu biết về OUV, ý thức bảo tồn, và sự tham gia vào du lịch/truyền thông cộng đồng; nguồn thông tin tiếp cận, mức độ hài lòng với hệ thống thông tin diễn giải hiện có, sự nhận biết về tính liên kết của các di sản thành phần; năng lực chuyên môn hiểu biết về OUV, nhu cầu đào tạo, và thách thức trong công tác truyền thông trong giai đoạn mới. Kết quả phân tích sẽ giúp cho việc định hướng lựa chọn kênh và phong cách truyền thông phù hợp cho từng nhóm đối tượng cụ thể.

- Phân tích nguồn lực: Phân tích ngân sách, cơ cấu tổ chức và trang thiết bị dành riêng cho hoạt động tuyên truyền, giáo dục và giới thiệu di sản của 3 địa phương. Tổng hợp dữ liệu để xây dựng Bảng Phân tích SWOT chi tiết cho việc xây dựng kế hoạch truyền thông nhằm xác định điểm mạnh thống nhất để quảng bá, các điểm yếu cần khắc phục, các cơ hội và Thách thức trong công tác truyền thông, quảng bá giá trị di sản, từ đó định hình chiến lược và giải pháp mang tính đột phá và bền vững.

d. Sản phẩm

- Báo cáo đánh giá hiện trạng công tác truyền thông tại Quần thể Di tích Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc

- Xác định các ưu tiên và mục tiêu cụ thể của kế hoạch truyền thông ở từng di sản thành phần, từng địa phương dựa trên kết quả phân tích so sánh chi tiết sự khác biệt về truyền thông giữa 3 tỉnh và so với tiêu chuẩn UNESCO, làm nổi bật các khoảng trống truyền thông.

2.2.2. Xây dựng bộ thông điệp truyền thông và bộ nhận diện hình ảnh chung.

a. Mục đích

Mục đích của nhiệm vụ này là chuẩn hóa thông tin và tạo ra một bản sắc nhận diện thống nhất, khoa học cho toàn bộ Quần thể di sản, từ đó đảm bảo tính nhất quán trong mọi hoạt động tuyên truyền, quảng bá và giới thiệu Giá trị Nổi bật Toàn cầu (OUV). Thông điệp và bộ nhận diện phải đảm bảo đáp ứng các yêu cầu:

- Đảm bảo tính thống nhất: 100% các tài liệu tuyên truyền, giới thiệu của 3 địa phương phải sử dụng cùng một bộ thông điệp và nhận diện thị giác.

- Khẳng định giá trị nổi bật toàn cầu: thông điệp phải cô đọng và làm nổi bật được vai trò cái nôi hình thành và trung tâm phát triển của Thiền phái Trúc Lâm và sự liên kết chặt chẽ giữa các di tích.

- Tạo bản sắc chuyên nghiệp: Xây dựng một hình ảnh đại diện (logo, màu sắc, font chữ) phù hợp tinh thần Phật giáo Trúc Lâm, với vị thế Di sản Văn hóa Thế giới.

b. Hoạt động

Dựa trên mục tiêu và yêu cầu trên, nội dung xây dựng bộ thông điệp và nhận diện chung bao gồm:

- Nghiên cứu và xác định thông tin cốt lõi: Rà soát toàn bộ Hồ sơ Di sản, các nghiên cứu chuyên sâu về quần thể di sản. Phân tích thông điệp đang được sử dụng riêng lẻ tại 3 tỉnh (dựa trên Báo cáo Đánh giá hiện trạng).

- Xây dựng thông điệp chung: Thông điệp cốt lõi phải cô đọng, dễ nhớ, dễ dịch và phải trả lời được câu hỏi "Điều gì làm cho Quần thể này trở nên nổi bật trên toàn cầu?"

Xây dựng 3-5 phương án, bằng 2 ngôn ngữ Việt và Anh làm nổi bật OUV, sau đó tổ chức lấy ý kiến rộng rãi để lựa chọn phiên bản cuối cùng.

- Thiết kế Logo và biểu tượng chung: Thiết kế Logo chính thức cho toàn Quần thể (thể hiện sự thống nhất 3 địa phương). Thiết kế các phiên bản khác nhau (âm bản, dương bản, đơn sắc). Logo phải thể hiện được đặc trưng, lịch sử, văn hóa hoặc thiên nhiên nổi bật nhất của khu di sản, đồng thời phải mang những thông điệp rõ ràng, truyền tải được sứ mệnh và tầm nhìn của khu di sản (bảo tồn, giáo dục, du lịch bền vững...). Logo phải có dấu ấn riêng, tránh sao chép hoặc nhầm lẫn với logo của các di sản, thương hiệu khác trong và ngoài nước. đảm bảo yêu cầu về tính thẩm mỹ

và thiết kế, phù hợp với tính chất di sản. Lựa chọn màu sắc có ý nghĩa, gắn liền với di sản hoặc văn hóa địa phương (ví dụ: màu thời gian, màu đất, màu của thiên nhiên, màu truyền thống...), đồng thời phải dễ dàng triển khai trên mọi chất liệu và kích thước; mang tính lâu dài, không bị lỗi thời theo thời gian, có thể sử dụng trong nhiều thập kỷ.

- Xây dựng hệ thống nhận diện chung: Xác định bảng màu chủ đạo và Font chữ chính thức cho toàn bộ ấn phẩm, biển bảng. Quy định kích thước chuẩn và tỷ lệ cho các ứng dụng.

- Lấy ý kiến địa phương và chuyên gia: Tổ chức Hội nghị chung giữa Lãnh đạo Sở/Ban Quản lý 3 tỉnh để ký kết và thông qua Bộ Thông điệp, Logo và Bộ Nhận diện chính thức.

c. Sản phẩm

- Bộ thông điệp chung bằng tiếng Việt và Anh đã được phê duyệt
- Logo và biểu tượng chung đã được phê duyệt
- Bộ nhận diện di sản đã được phê duyệt

2.2.3. Xây dựng kế hoạch chi tiết tuyên truyền và nâng cao nhận thức về giá trị nổi bật toàn cầu (OUV) của Khu di sản

a. Mục đích

- Tối đa hóa phạm vi tiếp cận di sản: Đảm bảo thông điệp OUV chuẩn hóa tiếp cận được càng nhiều đối tượng mục tiêu càng tốt (Học giả, du khách quốc tế, du khách nội địa, cộng đồng địa phương).

- Chuyển đổi nhận thức: Chuyển đổi nhận thức từ việc xem di tích là điểm tham quan đơn lẻ thành một Quần thể Di sản thống nhất mang giá trị nổi bật toàn cầu.

- Huy động sự ủng hộ: Tạo ra sự đồng thuận xã hội và quốc tế đối với công tác bảo tồn, làm cơ sở cho sự phát triển du lịch bền vững và thành công trong các quy trình của UNESCO. Luôn đảm bảo tuyên truyền phải luôn gắn liền với trách nhiệm bảo tồn và phát triển bền vững, tránh khai thác quá mức yếu tố thương mại hay giải trí.

b. Hoạt động

- Nghiên cứu đề xuất thiết lập các nền tảng kỹ thuật số trong đó bao gồm Website chất lượng cao, đa ngôn ngữ cho toàn Quần thể, tích hợp các công cụ tương tác (bản đồ 3D, tour ảo) mô phỏng hành trình liên kết 3 di tích; thiết lập và chuẩn hóa kênh mạng xã hội, khởi tạo và đồng bộ hóa các kênh Social Media chính thức (Facebook, YouTube, Instagram) với tên gọi và nhận diện thống nhất, tập trung vào

việc kể chuyện OUV; xây dựng kho nội dung nền tảng với các tư liệu cơ bản như ảnh chất lượng cao, video clip ngắn, E-brochure giới thiệu OUV.

- Xây dựng các kế hoạch triển khai tổ chức chiến dịch truyền thông thường xuyên hướng tới từng nhóm đối tượng cụ thể trong đó bao gồm cả khách quốc tế và trong nước; tổ chức các Famtrip/Presstrip nhằm xây dựng các tour mới, mở rộng quan hệ hợp tác giữa điểm đến và các hãng lữ hành, tặng các bài báo, phóng sự, TVC, video review, bài viết mạng xã hội, tăng nhận diện thương hiệu điểm đến; đề xuất việc triển khai truyền thông trên các nền tảng truyền thống và nền tảng số.

- Xây dựng các kế hoạch tuyên truyền cộng đồng thường xuyên trong đó bao gồm các đề xuất về xuất bản ấn phẩm, xây dựng các chuyên mục/chương trình phát sóng định kỳ về các hoạt động bảo tồn, các câu chuyện lịch sử tại từng di tích, khuyến khích sự tham gia của người dân; Tổ chức định kỳ các hội nghị, buổi đối thoại giữa Ban Quản lý di tích và người dân địa phương để thông tin về di sản, lắng nghe ý kiến và giáo dục về trách nhiệm bảo tồn.

c. Sản phẩm

Kế hoạch chi tiết tuyên truyền và nâng cao nhận thức về giá trị nổi bật toàn cầu (OUV) của Khu di sản trong đó bao gồm các hoạt động cụ thể, lộ trình thực hiện.

2.2.4. Xây dựng kế hoạch chi tiết về giáo dục và diễn giải di sản

a. Mục đích

- Chuyển tải OUV: Đảm bảo giá trị nổi bật toàn cầu (OUV) được truyền đạt một cách hiệu quả, khoa học và hấp dẫn đến mọi đối tượng tham quan và học tập.

- Tạo trải nghiệm ý nghĩa: Cung cấp trải nghiệm tham quan sâu sắc, giúp du khách không chỉ "thấy" mà còn "hiểu" và "cảm nhận" được lịch sử, văn hóa và sự liên kết của Quần thể.

- Xây dựng nền tảng bảo tồn bền vững: Đào tạo nâng cao năng lực đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp và giáo dục cộng đồng, biến họ thành các tác nhân chủ động trong việc bảo vệ và phát huy di sản.

Kế hoạch phải thiết kế các công cụ và hoạt động riêng biệt và phù hợp cho từng nhóm đối tượng (Cán bộ quản lý di tích, hướng dẫn viên, học sinh, chuyên gia/Học giả, du khách phổ thông, cộng đồng địa phương), Ưu tiên áp dụng các công nghệ tương tác (AR/VR, ứng dụng di động) và phương pháp giáo dục hiện đại, kích thích sự tham gia.

b. Hoạt động

- Nghiên cứu xây dựng kế hoạch tổ chức diễn giải tại chỗ, trong đó tích hợp, lồng ghép các nội dung trong quy hoạch bảo tồn phát huy giá trị đã được phê duyệt ở từng Khu di sản, đề xuất xây dựng các trung tâm diễn giải di sản chung và ở từng di tích thành phần; Phát triển ứng dụng di động tương tác; Thiết lập các tuyến diễn giải chuyên đề chỉ sử dụng các bảng chỉ dẫn và thông tin khoa học chuyên sâu.

- Nghiên cứu xây dựng các chương trình giáo dục cộng đồng, trong đó bao gồm các Chương trình “Di sản trong Trường học”, các dự án “Người kể chuyện di sản”, hoạt động trải nghiệm thủ công/Nghề truyền thống, các xưởng thực hành liên quan đến di sản

- Nghiên cứu xây dựng các chương trình đào tạo, nâng cao năng lực cho cán bộ quản lý di sản, như các chương trình bồi dưỡng chuyên sâu cho hướng dẫn viên (HDV), tổ chức khóa tập huấn giới thiệu về OUV, kỹ năng giao tiếp đa văn hóa và đặc biệt là cách truyền đạt sự liên kết 3 di tích một cách mạch lạc; Chương trình tập huấn cập nhật kiến thức thường niên, Hội nghị chuyên đề hàng năm với sự tham gia của các chuyên gia nghiên cứu để cập nhật những phát hiện khoa học mới nhất về di sản.

c. Sản phẩm

Kế hoạch chi tiết về giáo dục và diễn giải di sản với các hoạt động cụ thể phù hợp với từng nhóm đối tượng, có lộ trình tổ chức triển khai cụ thể

2.2.5. Kế hoạch xây dựng cơ chế phối hợp quản lý hoạt động truyền thông và phát triển bền vững

a. Mục đích

- Đảm bảo tính thống nhất trong quản lý: Thiết lập một cấu trúc quản lý chung, minh bạch, có thẩm quyền để đưa ra các quyết định đồng bộ về truyền

thông, quảng bá, và các dự án phát triển bền vững liên quan đến OUV.

- Tối ưu hóa nguồn lực: Chia sẻ kinh nghiệm, chuyên môn và nguồn tài chính giữa ba địa phương nhằm triển khai các hoạt động truyền thông giáo dục và bảo tồn hiệu quả hơn.

- Nâng cao uy tín quốc tế: Chứng minh cho UNESCO và cộng đồng quốc tế thấy sự cam kết và năng lực của Việt Nam trong việc quản lý Di sản Thế giới phức tạp, liên tỉnh, đảm bảo tính toàn vẹn của di sản.

Kế hoạch này cần đáp ứng các yêu cầu về tính chính thức và pháp lý, các cơ chế phải được thiết lập thông qua văn bản Thỏa thuận, Quy chế Phối hợp có giá trị pháp lý giữa UBND tỉnh hoặc Sở VH-TT-DL của ba địa phương.

b. Hoạt động

- Nghiên cứu đề xuất thành lập và phê duyệt cơ cấu phối hợp truyền thông giữa 3 địa phương, các văn bản pháp lý chung, dự kiến Ban điều phối hoạt động truyền thông cùng các quy chế làm việc cụ thể.

- Đề xuất xây dựng các quy trình lập kế hoạch và ngân sách chung hàng năm cho các hoạt động truyền thông lớn.

- Nghiên cứu xây dựng các chương trình lồng ghép phát triển bền vững như đề xuất các sản phẩm lưu niệm, Xây dựng bộ chỉ số giám sát tác động và thống nhất các biện pháp điều tiết khách du lịch giữa 3 tỉnh.

c. Sản phẩm

- Quy chế phối hợp quản lý liên tỉnh

- Đề xuất Kế hoạch hành động cụ thể, có phân công thực hiện, dự kiến kinh phí thực hiện Kế hoạch.

*** Bảng thống kê các đầu mục Nội dung công việc thực hiện của gói thầu (bao gồm nhưng không giới hạn):**

STT	Nội dung thực hiện
A	CHI PHÍ THỰC HIỆN
I	Khảo sát, thu thập dữ liệu và đánh giá hiện trạng truyền thông tại 3 địa phương
1	<i>Nghiên cứu điều tra khảo sát thực trạng công tác truyền thông tại 12 điểm di sản tại 3 địa phương, thời gian khảo sát 3 ngày/di tích x 12 di tích = 36 ngày</i>
	Thuê ô tô đi khảo sát di tích tại Hải Phòng
	Thuê ô tô đi khảo sát di tích tại Quảng Ninh
	Thuê ô tô đi khảo sát di tích tại Bắc Ninh
	Phụ cấp lưu trú cho các thành viên
	Phụ cấp phòng nghỉ cho các thành viên
2	<i>Nghiên cứu xây dựng báo cáo đánh giá hiện trạng truyền thông (30 ngày, trong đó bao gồm 1 chuyên gia mức 1 và 3 chuyên gia mức 3)</i>
II	<i>Xây dựng bộ thông điệp truyền thông và bộ nhận diện hình ảnh chung (30 ngày, trong đó bao gồm 2 chuyên gia mức 1 và 4 chuyên gia mức 3)</i>
III	<i>Xây dựng kế hoạch chi tiết tuyên truyền và nâng cao nhận thức về giá trị nổi bật toàn cầu (OUV) của Khu di sản (30 ngày, trong đó bao gồm 1 chuyên gia mức 1 và 1 chuyên gia mức 3)</i>
IV	<i>Xây dựng kế hoạch chi tiết về giáo dục và diễn giải di sản (30 ngày, trong đó bao gồm 1 chuyên gia mức 1 và 1 chuyên gia mức 3)</i>

V	Kế hoạch xây dựng cơ chế phối hợp quản lý hoạt động truyền thông và phát triển bền vững (30 ngày, trong đó bao gồm 1 chuyên gia mức 1 và 1 chuyên gia mức 3)
VI	Xây dựng Báo cáo tổng hợp Kế hoạch tuyên truyền, giáo dục, quảng bá, giới thiệu về giá trị nổi bật toàn cầu của di sản Quần thể di tích và Danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc (60 ngày, trong đó bao gồm 1 chuyên gia mức 1 và 2 chuyên gia mức 3)
VII	Chi khác
	Photocopy, in ấn mẫu tài liệu (2 lần)

*** Lưu ý:**

- Bảng thống kê các đầu mục Nội dung công việc thực hiện của gói thầu ở trên chỉ nhằm mục đích thuận tiện cho Nhà thầu tham khảo trong việc xây dựng các khoản chi phí thực hiện gói thầu

3. Dự kiến thời gian chuyên gia bắt đầu thực hiện DVTV

Ngay khi hợp đồng được ký kết nhà thầu tiến hành thành lập tổ tư vấn, danh sách nhân sự đáp ứng yêu cầu được chọn trình lên chủ đầu tư.

III. Báo cáo và thời gian thực hiện:

1. Báo cáo: Trong quá trình thực hiện nhiệm vụ gói thầu đơn vị Tư vấn phải lập chương trình kế hoạch báo cáo các công việc thực hiện, các vướng mắc cần xin chủ trương ý kiến thống nhất của các cơ quan đơn vị có thẩm quyền xem xét, các báo cáo và hồ sơ hoàn chỉnh tuân theo các quy định hiện hành của Nhà nước.

2. Hệ thống báo cáo bao gồm:

- Báo cáo sơ bộ nhiệm vụ công việc dự kiến
- Báo cáo tiến độ thực hiện cụ thể.
- Báo cáo chung

3. Sản phẩm giao nộp:

- Theo yêu cầu tại Mục 2.2. Nhiệm vụ cụ thể

4. Thời gian thực hiện: tối đa 60 ngày kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực.

IV. Kinh nghiệm và nhân sự của nhà thầu:

- Kinh nghiệm và nhân sự nhà thầu phải đáp ứng theo yêu cầu của EHSMT.
- Nhà thầu phải trình danh sách các nhân sự đáp ứng yêu cầu về năng lực, kinh nghiệm để thực hiện tư vấn thiết kế dự án công trình trong đó phải nêu rõ vị trí công việc theo đề xuất trong E-HSDT.

V. Trách nhiệm của chủ đầu tư:

Trong quá trình thực hiện gói thầu, Chủ đầu tư có trách nhiệm:

- Cung cấp những văn bản, tài liệu liên quan tới công việc, chịu trách nhiệm về tính chính xác và đầy đủ của các tài liệu do mình cung cấp.

- Cung cấp các công văn giới thiệu cần thiết để tư vấn liên hệ với các cơ quan giải quyết các vấn đề có liên quan đến việc thực hiện công trình (nếu có).
- Nghiệm thu thanh toán khối lượng hoàn thành sau 07 ngày làm việc kể từ ngày nhà thầu gửi đầy đủ hồ sơ nghiệm thu thanh toán theo quy định.
- Cùng nhà thầu tư vấn tổ chức trình cấp có thẩm quyền phê duyệt, tiếp nhận và lưu trữ hồ sơ thẩm định thiết kế thi công và các văn bản có liên quan đến dự án.
- Chỉ định đại diện thay mặt mình để giải quyết tất cả công việc có liên quan tới việc tiến hành hợp đồng.
- Trực tiếp giải quyết các thủ tục đối với các cơ quan quản lý Nhà nước có liên quan trong phạm vi dự án được cấp có thẩm quyền quy định. Trực tiếp quản lý vốn đầu tư, quan hệ với cấp thẩm quyền để giải quyết các nhu cầu vốn đối với dự án.
- Cùng với nhà thầu giải quyết những khó khăn vướng mắc phát sinh trong quá trình thực hiện (nếu có).