|  |  |
| --- | --- |
| Изображение выглядит как текст, часы  Автоматически созданное описание | **Автономная некоммерческая организация повышения уровня качества образования населения «Школа 21. Югра» (АНО «Школа 21. Югра»)**  628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д. 14/1  ОГРН 1228600007976, ИНН 8602307587 |

30 мая 2025 № 43\_

ИП Шаталову Дмитрию

Андреевичу

О проведении закупочной

Процедуры на услуги

«Маркетингового исследования рынка

ИТ-образования в ХМАО-Югре»

Уважаемый Дмитрий Андреевич!

В целях обеспечить функционирование деятельности АНО «Школа 21. Югра» информирует Вас о проведении закупочной процедуры на услуги «Маркетингового исследования рынка ИТ-образования в ХМАО-Югре».

Информация об условиях проведения закупке и условиях исполнения договора указана в приложении к настоящему письму (Приложение 1). Также с информацией о проводимой закупке вы можете ознакомится на официальном сайте организации. Срок проведения закупочных процедур с 30.05.2025г. по 04.06.2025г. Просим Вас рассмотреть условия оказания услуги и направить в наш адрес предложения -заявку на участие в закупке. В предложении просим вас указать наименование услуги, сроки оказания услуги, стоимость оказания услуги. Предложения направлять на электронный адрес surgut@21-school.ru в срок до 13.00 часов 04.06.2025г. Предложения, поступившие в организацию по окончании указанного времени, рассматриваться не будут.

Генеральный директор

АНО «Школа 21. Югра» Сидорова О.В.

### Приложение 1

Автономная некоммерческая организация повышения уровня качества образования населения «Школа 21. Югра» (АНО «Школа 21. Югра») предлагает принять участие в закупочной процедуре на проведение маркетингового исследования рынка ИТ-образования для «Школы 21. Югра».

Полное наименование Заказчика: Автономная некоммерческая организация повышения уровня качества образования населения «Школа 21. Югра».

Сокращенное наименование Заказчика: АНО «Школа 21. Югра».

Юридический адрес: 628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1.

Адрес электронной почты: [surgut@21-school.ru](mailto:surgut@21-school.ru).

Контактный телефон специалиста по закупкам: +79825374099

Запрос о предоставлении ценовой информации не является извещением проведении закупки и (или) офертой и не влияет на возникновение обязанностей у Организации (Заказчика).

Заказчик вправе отказаться от проведения запроса цен и (или) завершить запрос цен без заключения договора в любое время, при этом Заказчик не компенсирует адресату расходы, понесенные им в связи с участием в запросе цен.

Способ закупки: Запрос цен, под которым понимается конкурентная процедура, которая не является торгами и ее проведение не регулируется статьями 447-4491 Гражданского кодекса Российской Федерации, не является публичным конкурсом и не регулируется статьями 1057-1061 Гражданского кодекса Российской Федерации, и которая не накладывает на Заказчика гражданско-правовые обязательства, предусмотренные указанными нормами.

Предмет закупки: Оказание услуг на проведение маркетингового исследования рынка ИТ-образования для «Школы 21. Югра».

Сроки проведения закупочных процедур: с 13.00 часов 30 мая 2025 года до 13.00 часов 04 июня 2025 года (время местное).

Условия исполнения договора, в том числе структура цены, порядок оплаты:

Услуги оказываются исполнителем в период действия договора. Срок действия договора с даты подписания его Сторонами до 31 декабря 2025 года. Техническое задание приложено к настоящему информационному письму. Количество оказываемых услуг – 1 условная единица. Оплата производится в безналичном порядке путем перечисления Заказчиком денежных средств на указанный в договоре расчетный счет Исполнителя. Оплата производится в рублях Российской Федерации. Заказчик на основании выставленного Исполнителем счета перечисляет авансовый платеж в размере 50% от общей цены договора, в течение 10 (десяти) рабочих дней со дня поступления Заказчику счета на оплату от Исполнителя. Окончательный расчет за оказанные услуги (часть услуг) осуществляется в течение 10 (десяти) рабочих дней со дня подписания Заказчиком Акта об оказанных услугах либо, в случаях, предусмотренных договором, со дня подписания Акта взаимосверки обязательств.

Участник закупки, для участия в процедуре закупки, направляет в адрес Заказчика (почтой, нарочно, в электронной форме) ценовое предложение с предложением о стоимости оказания услуг.

Адреса направления ценовых предложений:

Адрес мета нахождения: 628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1.

Почтовый адрес:

628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1

Адрес электронной почты: [surgut@21-school.ru](mailto:surgut@21-school.ru)

Подведение итогов будет проводится 04 июня 2025 года по адресу ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1.

Комиссия по закупкам рассматривает и анализирует направленные в адрес Заказчика ценовые предложения. По результатам анализа собранных ценовых предложений готовит Протокол, содержащий решение о возможности заключения договора, отмене запроса цен, проведении нового запроса цен. Протокол подписывается всеми членами комиссии, присутствующими на заседании Комиссии.

### **Проект технического задания на оказание услуги** «**Маркетинговое исследование рынка ИТ-образования в ХМАО-Югре»**

### **1. Общие сведения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Пункт** | | **Содержание** |
| Заказчик | | АНО «Школа. 21 Югра» (ХМАО-Югра, г. Сургут) |
| Цель исследования | Сформировать верифицированную базу данных и аналитические инсайты для разработки медиа- и креативной стратегии продвижения «Школы 21 Югра» в ХМАО-Югра и соседних регионах | |

### **2. Задачи исследования**

1. **Измерить узнаваемость бренда «Школа 21»** (Spontaneous & Aided Awareness).
2. **Оценить имиджевые атрибуты** (перцепция качества, инновационности, трудоустройства).
3. **Выявить и сегментировать ЦА** по демографии, психографии, карьерным мотивам.
4. **Определить барьеры и драйверы** для поступления в «Школу 21».
5. **Собрать медиа-профили** (источники информации, роль инфлюенсеров, формат контента).
6. **Смоделировать воронку интерес → действие** (Awareness → Consideration → Application → Enrollment).
7. **Подготовить рекомендации** по позиционированию и оптимальным рекламным каналам.

### **3. География и выборка**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Город** | **Кол-во респондентов (колич.)** | **Кол-во глуб. интервью** | **Кол-во фокус-групп** |
| Сургут | 600 | 10 | 1 |
| Ханты-Мансийск | 100 | 4 | 1 |
| Нижневартовск | 200 | 4 | 1 |
| Когалым | 150 | 4 | 1 |
| Советский | 100 | 2 | — |
| **Итого** | **1 150** | **22** | **5** |

*Допустимое отклонение для количественного блока ±3 %, доверительная вероятность 95 %.*

### **4. Методология**

1. **Desk Research** – анализ вторичных данных (доступные отчёты, статистика Rosstat, HH.ru, SuperJob).
2. **CAWI-опрос** (Computer-Assisted Web Interviewing) – студенты, абитуриенты, работающие IT-специалисты 17–40 лет.
3. **CATI-опрос** – родители абитуриентов.
4. **Глубинные интервью (IDI)** – HR-директора IT-компаний, выпускники «Школы 21», абитуриенты.

### **5. Ключевые метрики и формулы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Блок** | **Метрика** | **Целевой точный выход** |
| **Узнаваемость** | **Top-of-Mind Awareness (TOMA)** = (респ. назвали первым / N) × 100 % | % по каждому региону |
|  | **Aided Awareness** = (респ. узнали бренд в списке / N) × 100 % | % |
| **Имидж** | **Image Composite Score (ICS)** – среднее по 5 атрибутам на шкале 1-5 | ≥ 3.8 |
| **Воронка** | **Conversion Rate** = Applications / Aware | % |
| **NPS** | NPS = %Promoters – %Detractors | ≥ +30 |
| **Media Consumption** | Avg. Time & Reach на канал | мин./день; % |
| **Segmentation** | K-Means / Cluster tree | кол-во ≥ 4 кластеров |

### **6. Выходные материалы**

1. **Структурированный массив данных** (SPSS / CSV).
2. **Аналитический отчёт** (30-40 слайдов, PPTX).
3. **One-page Insights Summary** (≤ 1 стр.).
4. **Рекомендации по рекламной кампании**:  
   * приоритетные каналы,
   * коммуникационные сообщения по кластерам,
   * предварительный медиасплит и бюджет-range.

### **7. Сроки проекта**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Этап** | **Срок** | **Дедлайн** |
| Подготовка инструментария, пилот | 3 недели | **T₀ + 21 дн.** |
| Поле (колич.) | 4 недели | T1 + 48 дн. |
| Поле (качеств.) | параллельно | T₀ + 35 дн. |
| Аналитика + отчёт | 2 недели | T3 + 49 дн. |
| Презентация Заказчику | - | **T₀ + 84 дн.** |

### **8. Порядок сдачи-приёмки**

1. Заказчик утверждает гайдлайн, квоты и пилот.
2. Исполнитель еженедельно присылает **status-report** (1 стр.).
3. После завершения поля – промежуточный датасет для валидации.
4. Финальная презентация

### **9. Порядок оплаты**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Взнос** | **Условие** | **% от суммы** |
| Аванс | Подписание договора | 50 % |
| Оплата услуги | Подписания акта выполненных работа | 50% |
|  |  |  |

### **10. Гарантии качества**

* Повторный опрос 10 % выборки – совпадение ≥ 95 %.
* Ошибки в данных > 2 % – бесплатная корректировка.