



ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU

1. Tổng quan

Oxfam là một liên minh quốc tế, một phong trào toàn cầu vì một thế giới bình đẳng, không còn nghèo đói và bất công. Oxfam Quốc tế gồm 21 tổ chức Oxfam thành viên làm việc tại 87 quốc gia. Tầm nhìn của Oxfam hướng tới một thế giới công bằng và bền vững. Một thế giới nơi con người và Trái đất là trung tâm của nền kinh tế. Nơi phụ nữ và trẻ em gái không phải đối mặt với bạo lực và phân biệt đối xử. Nơi khủng hoảng khí hậu được kiểm soát. Và nơi hệ thống quản trị có sự tham gia của người dân và các lãnh đạo có tinh thần trách nhiệm.

Oxfam tại Việt Nam tin rằng nghèo đói, bất công và bất bình đẳng sẽ giảm khi có sự tương tác giữa công dân tích cực, chính quyền và khu vực tư nhân có trách nhiệm. Đây cũng là nền tảng cho sự phát triển của Việt Nam. Oxfam tại Việt Nam hướng tới vận động dịch chuyển từ mô hình phát triển dựa vào tăng trưởng sang mô hình phát triển Nền Kinh tế Nhân văn, đặt con người và Trái đất lên trên lợi nhuận.

Từ tháng 4/2020, Oxfam bắt đầu triển khai Dự án “Thanh niên tham gia thay đổi định kiến giới và thúc đẩy bình đẳng giới tại Việt Nam” với mục đích giải quyết nguyên nhân gốc rễ của định kiến giới thông qua thay đổi nhận thức và hành vi của hàng triệu người dân tại Hà Nội, Đà Nẵng và Thành phố Hồ Chí Minh về ba định kiến giới : 1) *Định kiến về vai trò của phụ nữ và nam giới trong gia đình và xã hội*, 2) *Định kiến về khả năng lãnh đạo của phụ nữ không tốt bằng nam giới* và 3) *Định kiến nam giới phù hợp với các công việc áp lực cao và cần đưa ra quyết định nhanh*.

Nhằm đo lường các chỉ số, đánh giá tác động của các hoạt động của dự án, Oxfam tìm kiếm tư vấn để thu thập, phân tích thông tin trên báo chí và mạng xã hội trong giai đoạn 04 năm triển khai dự án từ tháng 4/2020-tháng 4/2024.

2. Mục tiêu của hoạt động tư vấn

Tư vấn/Nhóm tư vấn thu thập, phân tích thông tin, dữ liệu trên báo chí và mạng xã hội, đồng thời đánh giá sắc thái dư luận thông qua công cụ Social Listening- phương tiện quản lý truyền thông để chỉ ra các mối tương quan và tác động từ dự án Thanh niên và Bình đẳng giới tới các nhóm hưởng lợi trong dự án (sinh viên, thanh niên, nhà báo, doanh nghiệp, marketers và cộng đồng). Tư vấn sẽ đo lường và phân tích các chỉ số sau:

1. Về các sản phẩm truyền thông và quảng cáo – truyền thông điện rộng

1.1 Số lượng các sản phẩm truyền thông và quảng cáo từ các đơn vị truyền thông và doanh nghiệp được đánh giá là nhạy cảm giới, tức là không lặp lại và không tiếp tục củng cố 3 khuôn mẫu giới được xác định trong dự án.

1.2. Số lượng các sản phẩm truyền thông và quảng cáo được đánh giá là tích cực trong đáp ứng giới, tức là thúc đẩy sự thay đổi hệ thống nhằm thách thức và định hướng giải quyết 3

khuôn mẫu giới được xác định trong dự án, bao gồm đề xuất chính sách, trình bày các hình ảnh và nội dung truyền thông và quảng cáo mang tính đa dạng và dung hợp và truyền cảm hứng lan tỏa thay đổi xã hội...

1.3. Số lượng nam giới có hành vi nhạy cảm giới hơn ở ba thành phố lớn là Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh

1.4. Số lượng nữ giới có hành vi nhạy cảm giới ở ba thành phố lớn là Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh

2. Về chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức công chúng - truyền thông diện tập trung

2.1. Số lượng người mà chiến dịch truyền thông của dự án tiếp cận

2.2. Số lượng người có hành động thay đổi khuôn mẫu giới do ảnh hưởng chiến dịch truyền thông Generation của dự án

2.3 Số lượng các sản phẩm truyền thông mang thông điệp của chiến dịch dự án Generation <https://www.facebook.com/generationvn/>

3. Sản phẩm cần cung cấp

- 01 Bản Đề xuất kỹ thuật nghiên cứu và mô tả chi tiết phương pháp social listening, và đề xuất kinh phí
- 01 Danh sách nguồn quét và từ khóa theo từng chỉ số
- 01 Thư mục tập hợp dữ liệu năm 1 – năm 4
- 01 Báo cáo có chất lượng cao tổng hợp và phân tích dữ liệu từ tháng 4/2020 -tháng 4/2023, gửi vào tháng 9/2023.
- 01 Báo cáo có chất lượng cao tổng hợp và phân tích dữ liệu, từ tháng 4/2020- tháng 3/2024, gửi vào tháng 4/2024

Ngôn ngữ: Tiếng Việt.

4. Thời gian

Kế hoạch làm việc chi tiết sẽ được thảo luận dựa trên đề xuất của Tư vấn và thống nhất với Oxfam. Các hoạt động dự kiến như sau:

Hoạt động	Thời gian
1. Thảo luận thống nhất hợp đồng	Tháng 4/2023
2. Thảo luận với Oxfam để lên kế hoạch thực hiện chi tiết	Tháng 5/2023
3. Gửi cho Oxfam bản kế hoạch chốt	Tháng 5/2023
4. Nghiên cứu tài liệu và thiết kế nghiên cứu	Tháng 5/2023
5. Thiết lập nguồn quét và từ khóa	Tháng 6/2023
6. Thu thập dữ liệu và tổ chức phân tích dữ liệu năm 1 đến năm 3 dự án	Tháng 6/2023 – Tháng 8/2023

7. Gửi báo cáo bản thảo phân tích dữ liệu năm 1 đến năm 3 dự án	15/9/2023
8. Thu thập dữ liệu và tổ chức phân tích dữ liệu năm 4 dự án	Tháng 5/2023 - Tháng 4/2024
9. Gửi báo cáo phân tích dữ liệu năm 4 dự án	10/4/2024

5. Yêu cầu kỹ năng và kinh nghiệm

- Tư vấn (hoặc nhóm tư vấn) tối thiểu tốt nghiệp đại học chuyên ngành truyền thông, marketing, phát triển/khoa học xã hội hoặc tương đương;
- Có kiến thức và kinh nghiệm về marketing và quảng cáo;
- Có kiến thức và kỹ năng thu thập, nghiên cứu và phân tích dữ liệu;
- Ưu tiên có hiểu biết tốt về các vấn đề về giới, tăng quyền năng của phụ nữ và trẻ em gái;
- Có kinh nghiệm viết, phân tích giới trong truyền thông marketing.

6. Hình thức nộp hồ sơ

Các ứng viên có khả năng đáp ứng các yêu cầu trên hãy gửi:

- CVs thể hiện kinh nghiệm liên quan tới Đề cương Công việc này
- Đề xuất kỹ thuật bao gồm sự hiểu biết về nhiệm vụ, các phương pháp thực hiện và dự kiến kinh phí.
- Đề xuất kinh phí bao gồm số/mức ngày công cần thiết để thực hiện công việc và các chi phí liên quan.
- Một sản phẩm mẫu tương tự do Tư vấn đã làm.

Các ứng viên quan tâm vui lòng gửi hồ sơ tới địa chỉ email HR.Vietnam@oxfam.org muộn nhất **ngày 6 tháng 4 năm 2023**

Tất cả hoạt động của chúng tôi được định hướng bởi ba giá trị cốt lõi: Trao quyền, Trách nhiệm giải trình và Tính bao trùm. Để đọc thêm về các giá trị của chúng tôi, click vào [đây](#).

Oxfam cam kết ngăn chặn mọi loại hành vi không mong muốn tại nơi làm việc, bao gồm quấy rối tình dục, lạm dụng và cưỡng bức tình dục, không thành thật và không minh bạch về tài chính; và cam kết vì phúc lợi của trẻ em, thanh niên và người trưởng thành. Oxfam kỳ vọng tất cả nhân viên và tình nguyện viên chia sẻ cam kết này thông qua bộ quy tắc ứng xử. Một ưu tiên cao của Oxfam là đảm bảo rằng chúng tôi chỉ tuyển dụng những ai chia sẻ và thực hành những giá trị của tổ chức.

Ghi chú: Xin lưu ý rằng chúng tôi chỉ liên lạc với những ứng viên được lựa chọn tham gia phỏng vấn.