

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU (TOR) TUYỂN TƯ VẤN

SẢN XUẤT VIDEO, ẢNH VÀ NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG GIỚI THIỆU QUÁ TRÌNH TÁI CHẾ VÀ CÂU CHUYỆN SẢN XUẤT CỦA PHỤ NỮ KHUYẾT TẬT (HOẠT ĐỘNG 6.3.3)

I. THÔNG TIN CHUNG

Tên dự án	Tăng cường sinh kế bền vững cho phụ nữ khuyết tật thông qua sản xuất sản phẩm tái chế
Đơn vị thực hiện	Trung tâm Nghiên cứu và Hành động vì sự Phát triển Hòa nhập (IDEA)
Đơn vị tài trợ	Tổ chức Oxfam tại Việt Nam
Địa bàn thực hiện	Thành phố Huế
Thời gian và tiến độ thực hiện	Dự kiến từ tháng 8/2026 – 12/2026

II. BỐI CẢNH

Trung tâm Nghiên cứu và Hành động Vì sự Phát triển Hòa nhập (IDEA) là tổ chức KH&CN phi lợi nhuận trực thuộc VUSTA, thành lập từ năm 2006. Hướng tới một xã hội không rào cản, IDEA thực hiện sứ mệnh nâng cao chất lượng cuộc sống cho người khuyết tật và các nhóm yếu thế (phụ nữ, trẻ em, đồng bào dân tộc thiểu số) thông qua các can thiệp toàn diện về y tế, giáo dục, nâng cao năng lực và sinh kế bền vững.

Hiện nay, IDEA đang triển khai dự án “*Tăng cường sinh kế bền vững cho phụ nữ khuyết tật thông qua sản xuất sản phẩm tái chế*” do Liên minh Châu Âu (EU) tài trợ thông qua Stichting Oxfam Novib. Dự án nhằm nâng cao quyền năng kinh tế cho phụ nữ khuyết tật bằng việc phát triển các sản phẩm thủ công từ vật liệu tái chế (vải vụn, vỏ bao bì...).

Nhóm sản xuất phụ nữ khuyết tật tại Trung tâm Hy Vọng đã hoàn thiện quy trình làm đồ thủ công tái chế và thiết lập các kênh truyền thông số. Để thúc đẩy thương mại hóa và mở rộng thị trường, việc xây dựng bộ tư liệu truyền thông chuyên nghiệp là rất cấp thiết.

Bộ tư liệu cần giới thiệu sản phẩm tái chế, tôn vinh nét văn hóa Huế, thông điệp bảo vệ môi trường và khắc họa phụ nữ khuyết tật như những chủ thể tự chủ kinh tế. Nội dung phải tuân thủ chuẩn mực GEDSI và Safeguarding – không dùng ngôn từ, hình ảnh mang tính thương hại hay định kiến.

Trung tâm IDEA cần tuyển **01 Đơn vị/Nhóm tư vấn** quay chụp và sáng tạo nội dung (storytelling) để phát triển bộ sản phẩm truyền thông đa nền tảng (MXH, sàn TMĐT, sự kiện), nhằm nâng tầm thương hiệu và tạo sinh kế bền vững.

III. MỤC TIÊU VÀ NHIỆM VỤ CỦA TƯ VẤN

Tư vấn xây dựng bộ sản phẩm truyền thông chuyên nghiệp và hòa nhập nhằm nâng cao nhận diện thương hiệu, quảng bá sản phẩm thủ công tái chế và thúc đẩy quyền năng kinh tế cho nhóm phụ nữ khuyết tật tại Trung tâm Hy Vọng.

Mục tiêu cụ thể:

- Chuẩn hóa bộ nhận diện:** Xây dựng hệ thống sản phẩm truyền thông (video, hình ảnh, bài viết) đồng bộ với bộ nhận diện thương hiệu, tối ưu hóa hiển thị trên đa nền tảng số (Fanpage, TikTok, Zalo, TMĐT) và các sự kiện, triển lãm.
- Số hóa chuỗi giá trị:** Phản ánh toàn diện chuỗi sản xuất sản phẩm tái chế (từ thu gom nguyên liệu đến thành phẩm tiêu thụ), làm nổi bật giá trị môi trường, bản sắc văn hóa địa phương và mô hình sinh kế bền vững.
- Truyền thông hòa nhập (Storytelling):** Xây dựng câu chuyện thương hiệu tôn vinh năng lực, sự sáng tạo và vai trò chủ thể của phụ nữ khuyết tật; tuân thủ nghiêm ngặt các nguyên tắc GEDSI và Safeguarding.
- Xây dựng kho dữ liệu:** Thiết lập ngân hàng tư liệu hình ảnh/video chất lượng cao, phục vụ linh hoạt cho các chiến dịch quảng bá và xúc tiến thương mại dài hạn.
- Chuyển giao & hướng dẫn:** Bàn giao 100% dữ liệu gốc và tập huấn cho cán bộ IDEA cùng nhóm sản xuất khả năng tự chủ khai thác, tái sử dụng tư liệu truyền thông sau khi kết thúc gói tư vấn.

IV. PHẠM VI CÔNG VIỆC VÀ ĐỊNH MỨC NGÀY CÔNG

Tổng thời gian tư vấn dự kiến: 10 ngày công, phân bổ như sau:

TT	Phạm vi công việc	Ngày công	Sản phẩm bàn giao
1	Khảo sát, lập kế hoạch và xây dựng kịch bản truyền thông. - Làm việc với IDEA, Trung tâm Hy Vọng và Nhóm sản xuất để chốt mục tiêu, thông điệp cốt lõi và tiêu chuẩn GEDSI/Safeguarding. - Khảo sát bối cảnh, quy trình sản xuất tái chế, đặc tính sản phẩm và phỏng vấn các nhân vật tiêu biểu. - Lập kế hoạch sản xuất, xây dựng kịch bản chi tiết (video, ảnh, storytelling) và thống nhất lịch quay chụp với các bên.	02	Kế hoạch sản xuất; Storyboard; Shot list; Danh sách nhân vật; Kế hoạch ghi hình được IDEA phê duyệt.
2	Sản xuất thực địa và thu thập tư liệu	03	Raw footage; Ảnh gốc; Nhật ký ghi hình; Phiếu

	- Thực hiện quay phim, chụp ảnh sản phẩm và quy trình sản xuất thực tế tại Trung tâm Hy Vọng cùng các địa điểm liên quan. - Phỏng vấn các thành viên nhóm sản xuất, đại diện Trung tâm và các bên liên quan theo kịch bản đã duyệt. - Thu thập tư liệu hình ảnh, âm thanh và câu chuyện thực tế phục vụ xây dựng câu chuyện về phụ nữ khuyết tật.		đồng thuận sử dụng hình ảnh.
3	Biên tập và sản xuất sản phẩm truyền thông - Triển khai quay chụp thực địa; dựng video, xử lý ảnh nghệ thuật/sản phẩm và biên soạn các câu chuyện truyền thông (storytelling) theo đúng bộ nhận diện thương hiệu. - Thiết kế các ấn phẩm truyền thông đa nền tảng, bảo đảm sự thống nhất về thông điệp, thẩm mỹ và chuẩn mực GEDSI/Safeguarding. - Chỉnh sửa, tối ưu sản phẩm dựa trên phản hồi của IDEA, Trung tâm Hy Vọng và Nhóm sản xuất để thống nhất phiên bản hoàn chỉnh cuối cùng.	04	Bản nháp video; Bản nháp ảnh; Bản nháp storytelling để IDEA góp ý.
4	Hoàn thiện, chuyển giao và báo cáo - Chuyển giao toàn bộ sản phẩm hoàn thiện, tư liệu hình ảnh/video chất lượng cao và tệp thiết kế gốc cho Trung tâm IDEA và Hy Vọng. - Hướng dẫn Trung tâm Hy Vọng và Nhóm sản xuất phương pháp quản lý, lưu trữ và linh hoạt khai thác/tái sử dụng kho tư liệu truyền thông. - Hoàn thiện Báo cáo kết quả thực hiện gói tư vấn theo quy định của dự án.	01	Phiên bản hoàn chỉnh sau chỉnh sửa; Báo cáo tổng kết; Biên bản bàn giao.

V. YÊU CẦU KỸ THUẬT VÀ NGUYÊN TẮC SẢN XUẤT

1. Định hướng nội dung và hình ảnh

- Chuẩn hóa theo bộ nhận diện thương hiệu; tôn vinh nét văn hóa Huế, sinh kế tuần hoàn/tái chế và khẳng định quyền năng kinh tế, sự chủ động của phụ nữ khuyết tật (đảm bảo chuẩn mực GEDSI). Bao gồm:

- Tập trung khắc họa câu chuyện thương hiệu, giá trị sản phẩm, quy trình chế tác và tác động xã hội tích cực đến người hưởng lợi.
- Tôn trọng tính tự nhiên, thực tế và chuyên nghiệp; hạn chế dàn dựng gượng ép hay xa rời bối cảnh sản xuất thực tế.
- Tối ưu hóa định dạng để phát hành hiệu quả trên MXH (Facebook, TikTok, Zalo, YouTube), sàn TMĐT (Shopee), Website và các sự kiện dự án.

2. Nguyên tắc kể chuyện truyền thông (Storytelling)

- Khắc họa người khuyết tật là chủ thể chủ động, có năng lực và khả năng tự quyết; tuyệt đối không thể hiện dưới góc nhìn thụ động hay "đối tượng nhận hỗ trợ".
- Phản ánh rõ nét sự thay đổi tích cực về năng lực, sinh kế, sự tự tin và mức độ làm chủ cuộc sống của phụ nữ khuyết tật.
- Ưu tiên sử dụng lời kể/trích dẫn trực tiếp của nhân vật để đảm bảo tính chân thực, cảm xúc và khả năng truyền cảm hứng.
- Khắc họa vai trò của gia đình, cộng đồng và dự án như những bên tạo môi trường/cơ hội; tránh sử dụng hình ảnh, thông điệp mang tính từ thiện, ban phát.
- Nội dung phải truyền tải thông điệp tích cực, góp phần xóa bỏ rào cản, kiến tạo nhận thức đúng đắn của xã hội về bình đẳng giới và hòa nhập người khuyết tật (GEDSI).

3. Yêu cầu kỹ thuật đối với video

- Kịch bản chặt chẽ, hình ảnh ổn định, âm thanh rõ nét, phối màu thống nhất; tích hợp đầy đủ phụ đề tiếng Việt và tiếng Anh cho các video chính.
- Thời lượng ngắn gọn, mở đầu ấn tượng (hook), thông điệp súc tích, lồng ghép trọn vẹn nhận diện thương hiệu và kết thúc bằng lời kêu gọi hành động (CTA) rõ ràng.
- Độ phân giải tối thiểu Full HD (1920×1080), ưu tiên ghi hình định dạng 4K để phục vụ công tác hậu kỳ và lưu trữ kho dữ liệu lâu dài.
- Cam kết 100% bản quyền đối với nhạc nền, đồ họa, phong chữ và tư liệu sử dụng; đơn vị tư vấn chịu hoàn toàn trách nhiệm pháp lý liên quan.

3. Yêu cầu kỹ thuật đối với ảnh

- Ảnh có độ phân giải cao, đáp ứng chuẩn in ấn và truyền thông số; bàn giao trọn bộ bao gồm file ảnh gốc (raw) và ảnh đã qua hậu kỳ.
- Danh mục tư liệu hình ảnh: Bao phủ đầy đủ các nhóm chủ đề:
 - ✓ Quy trình chế tác & Bối cảnh sản xuất;
 - ✓ Chân dung nhân vật & Hoạt động nhóm;
 - ✓ Sản phẩm tách nền trắng (catalogue) & Sản phẩm trong bối cảnh thực tế (lifestyle);

✓ Tư liệu nhận diện thương hiệu, ảnh tập thể & Sự kiện dự án.

- **Nguyên tắc hậu kỳ & Tôn trọng thực tế:** Hậu kỳ tối ưu màu sắc/ ánh sáng; tuyệt đối không can thiệp làm thay đổi ngoại hình, dạng khuyết tật hoặc sai lệch thực tế về nhân vật và bối cảnh (tuân thủ chuẩn mực GEDSI và Safeguarding).

4. **Bảo vệ nhân vật, quyền riêng tư và GEDSI**

Trong quá trình thực hiện hoạt động, tư vấn phải tuân thủ đầy đủ các nguyên tắc về bình đẳng giới, hòa nhập người khuyết tật (GEDSI) và Safeguarding của dự án. Cụ thể như sau:

- ✓ Tuyệt đối tôn trọng phẩm giá, quyền riêng tư và quyền tự quyết; chỉ ghi hình, thu âm và sử dụng thông tin khi đã có văn bản/xác nhận đồng thuận (Informed Consent) theo quy định dự án.
- ✓ Nghiêm cấm ngôn ngữ/hình ảnh mang tính thương hại, định kiến, giật gân hoặc khai thác hoàn cảnh khó khăn; đảm bảo phụ nữ khuyết tật được khắc họa là những người có năng lực, tiếng nói và đóng góp tích cực.
- ✓ Bảo mật tuyệt đối các thông tin cá nhân nhạy cảm của nhân vật; tuân thủ nghiêm ngặt các nguyên tắc Safeguarding và an toàn dữ liệu.

5. **Khả năng tiếp cận**

Các sản phẩm truyền thông cần bảo đảm khả năng tiếp cận đối với nhiều nhóm người sử dụng, bao gồm người khuyết tật. Cụ thể:

- ✓ Các thông điệp then chốt trong video phải được truyền tải đồng thời qua 3 kênh: Hình ảnh – Âm thanh/Lời nói – Văn bản hiển thị trên màn hình.
- ✓ Phụ đề video rõ ràng, font chữ dễ đọc, kích thước chuẩn và độ tương phản cao (đạt chuẩn tương phản tối thiểu cho người khiếm thị/thị lực kém).
- ✓ Bắt buộc/Khuyến khích bổ sung mô tả hình ảnh (Alt text/Image description) và chú thích đầy đủ cho toàn bộ tư liệu ảnh đăng tải trên các nền tảng truyền thông kỹ thuật số.
- ✓ Bố cục ấn phẩm, tài liệu truyền thông tuân thủ nguyên tắc dễ tiếp cận, tối ưu trải nghiệm người dùng đối với các dạng khuyết tật khác nhau.

VI. SẢN PHẨM BÀN GIAO

Sau khi hoàn thành hoạt động, tư vấn có trách nhiệm bàn giao cho Trung tâm IDEA các sản phẩm sau:

- 01 báo cáo khảo sát, định hướng sáng tạo và kế hoạch sản xuất, bao gồm concept, thông điệp, storyboard/shot list, lịch quay chụp và danh sách nhân vật dự kiến.

- 01 video giới thiệu tổng thể quá trình tái chế và câu chuyện nhóm sản xuất, thời lượng dự kiến 4-6 phút, định dạng Full HD trở lên; có phụ đề tiếng Việt và tiếng Anh.
- Tối thiểu 08 vi deo ngắn dọc, thời lượng khoảng 30-90 giây/video, phù hợp TikTok, Facebook Reels và các nền tảng số; tối thiểu 04 video có phiên bản phụ đề tiếng Anh.
- Tối thiểu 80 ảnh đã xử lý, trong đó gồm ảnh quy trình sản xuất, chân dung, hoạt động nhóm, ảnh sản phẩm nền trắng và ảnh lifestyle; kèm file gốc có chất lượng tốt.
- Tối thiểu 05 câu chuyện nhân vật/nhóm hoặc bài viết dài; tối thiểu 10 nội dung giới thiệu sản phẩm/quy trình; tối thiểu 30 caption ngắn kèm CTA và hashtag để sử dụng trên mạng xã hội.
- 01 bộ tiêu đề, mô tả và từ khóa/hashtag gợi ý cho các video, album ảnh và nội dung đăng tải.
- 01 thư viện dữ liệu số được phân loại khoa học theo nền tảng, chủ đề, nhân vật và sản phẩm; có quy ước đặt tên file rõ ràng.
- Toàn bộ file thành phẩm và file gốc có thể chỉnh sửa, gồm video project, footage chọn lọc, ảnh gốc, ảnh đã chỉnh, kịch bản, phụ đề, nội dung bài viết và các tài nguyên hợp pháp đã sử dụng.
- 01 tài liệu hướng dẫn sử dụng, đăng tải, tái biên tập và quản lý quyền hình ảnh/nội dung; 01 buổi bàn giao và hướng dẫn cho cán bộ IDEA và đại diện nhóm sản xuất.

VII. KẾT QUẢ MONG ĐỢI VÀ TIÊU CHÍ NGHIỆM THU SẢN PHẨM

Sản phẩm/kết quả mong đợi	Chỉ tiêu kết quả	Tiêu chí nghiệm thu
Kế hoạch sản xuất	01 bộ kế hoạch hoàn chỉnh	Phải được IDEA xem xét và phê duyệt bằng văn bản trước khi triển khai, bao gồm: ✓ Concept, thông điệp, đạo và kịch bản chi tiết (Storyboard). ✓ Lịch quay/chụp, danh sách nhân vật đã thống nhất. ✓ Kế hoạch lồng ghép GEDSI và Safeguarding (bảo vệ nhân vật).
Video truyền thông tổng thể	01 video có thời lượng 4-6 phút	Video được IDEA nghiệm thu khi đáp ứng trọn vẹn các yêu cầu: ✓ Chất lượng tối thiểu Full HD, có phụ đề song ngữ Anh - Việt. ✓ Truyền tải đầy đủ câu chuyện thương hiệu và chuỗi giá trị sản phẩm. ✓ Tôn vinh vai trò chủ thể và năng lực của phụ nữ khuyết tật (GEDSI).

Video ngắn sử dụng cho truyền thông số	Tối thiểu 08 video (30–90 giây/video)	✓ Tối thiểu 04 video chuẩn khung hình dọc/ngắn (TikTok, FB Reels, Zalo), có phụ đề tiếng Anh. ✓ Hình ảnh, âm thanh và thông điệp chuẩn hóa theo bộ nhận diện thương hiệu.
Bộ ảnh truyền thông	Tối thiểu 80 ảnh đã xử lý	Ảnh có chất lượng cao, đúng chủ đề, thống nhất về màu sắc và phong cách; bàn giao đầy đủ ảnh đã xử lý và file gốc.
Bộ nội dung truyền thông (Storytelling)	Ít nhất 05 câu chuyện, 10 bài giới thiệu sản phẩm/quy trình và 30 caption	Nội dung phản ánh đúng tiếng nói nhân vật; tôn vinh năng lực và vai trò chủ thể của phụ nữ khuyết tật. Tuyệt đối không dùng hình ảnh hoặc ngôn ngữ mang tính thương hại, định kiến. Tối ưu hóa và tuân thủ nghiêm ngặt các nguyên tắc GEDSI và Safeguarding.
Bộ dữ liệu truyền thông số	01 thư viện dữ liệu hoàn chỉnh	Dữ liệu được phân loại khoa học, có quy ước đặt tên rõ ràng; bao gồm video, ảnh, bài viết, phụ đề, storyboard và các tài liệu liên quan.
Bàn giao file gốc và quyền sở hữu.	100% sản phẩm và file gốc được bàn giao	Bàn giao toàn bộ video project, footage gốc, bộ ảnh (raw & đã sửa), file thiết kế, tệp phụ đề và bài viết. IDEA toàn quyền quản lý, khai thác và sử dụng toàn bộ tư liệu/sản phẩm sau nghiệm thu.
Chuyên giao và hướng dẫn sử dụng	01 buổi hướng dẫn và 01 tài liệu hướng dẫn	IDEA và đại diện nhóm sản xuất được hướng dẫn cách lưu trữ, khai thác và tái sử dụng các sản phẩm truyền thông; tài liệu hướng dẫn được bàn giao đầy đủ.
Chỉnh sửa và hoàn thiện sản phẩm	Tối đa 02 vòng chỉnh sửa cho mỗi nhóm sản phẩm	Tư vấn hoàn thiện sản phẩm theo các ý kiến góp ý hợp lý của IDEA trước khi nghiệm thu cuối cùng.
Tuân thủ GEDSI, safeguarding và quyền hình ảnh	100% sản phẩm truyền thông	Tất cả hình ảnh, video và nội dung phải được IDEA rà soát và chấp thuận chính thức trước khi công bố trên các kênh truyền thông; Đảm bảo có sự đồng thuận của nhân vật; bảo đảm tôn trọng nhân phẩm, không phân biệt đối xử và không vi phạm quyền hình ảnh hoặc bản quyền.

VIII. THỜI GIAN VÀ TIẾN ĐỘ DỰ KIẾN THỰC HIỆN

TT	Giai đoạn	Thời gian dự kiến
1	Khảo sát, xây dựng kế hoạch và kịch bản truyền thông.	Tuần 4/8/2026
2	Quay phim, chụp ảnh và thu thập tư liệu	Tháng 9 – 11/2026
3	Biên tập và sản xuất sản phẩm truyền thông	Tháng 9 – 11/2026
4	Hoàn thiện, chuyển giao và báo cáo	Tháng 12/2026

IX. KINH PHÍ TƯ VẤN VÀ PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN

- Tư vấn đề xuất chi phí trọn gói, bao gồm nhân sự, thiết bị quay/chụp, hậu kỳ, đi lại nội địa, lưu trữ dữ liệu, bản quyền nhạc/tài nguyên và các chi phí liên quan; các khoản thuế được thể hiện rõ trong đề xuất tài chính.
- Chi phí đi lại, ăn, nghỉ khi thực địa (nếu có) được thực hiện theo thỏa thuận trong hợp đồng và định mức của dự án/Trung tâm IDEA.
- Thanh toán theo tiến độ và kết quả nghiệm thu sản phẩm; phương thức cụ thể được quy định trong hợp đồng tư vấn.

X. YÊU CẦU NĂNG LỰC

- Có trình độ đại học trở lên hoặc năng lực chuyên môn tương đương trong các lĩnh vực truyền thông, báo chí, điện ảnh, nhiếp ảnh, thiết kế, marketing hoặc ngành liên quan.
- Có tối thiểu 03 năm kinh nghiệm sản xuất video, ảnh và nội dung truyền thông; đã thực hiện ít nhất 05 sản phẩm/dự án tương tự.
- Có portfolio chứng minh năng lực kể chuyện bằng hình ảnh, quay dựng, chụp ảnh sản phẩm/chân dung và biên tập nội dung số.
- Có kinh nghiệm làm việc với tổ chức xã hội, dự án phát triển, sản phẩm thủ công, sản phẩm xanh, OCOP hoặc doanh nghiệp xã hội là lợi thế.
- Có hiểu biết về GEDSI, quyền của người khuyết tật, bảo vệ nhân vật và nguyên tắc sử dụng hình ảnh có trách nhiệm.
- Có nhân sự và thiết bị đáp ứng yêu cầu sản xuất; có khả năng làm việc tại Huế và phối hợp chặt chẽ với IDEA, nhóm sản xuất.
- Có kỹ năng giao tiếp, phỏng vấn nhạy cảm, làm việc tôn trọng với phụ nữ khuyết tật và bảo đảm khả năng tiếp cận trong quá trình sản xuất.

8. Cam kết đúng tiến độ, bảo mật thông tin và chuyển giao đầy đủ quyền sử dụng sản phẩm theo thỏa thuận hợp đồng.

XI. TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ HỒ SƠ

Tiêu chí	Tỷ trọng
Chất lượng đề xuất kỹ thuật và phương pháp thực hiện	35%
Kinh nghiệm và năng lực của cá nhân/nhóm tư vấn	25%
Chất lượng portfolio và mức độ phù hợp với chủ đề	20%
Kế hoạch nhân sự, tiến độ và khả năng phối hợp	10%
Đề xuất tài chính	10%

XII. CÁCH THỨC NỘP HỒ SƠ

Hồ sơ ứng tuyển gồm:

- CV của chuyên gia/nhóm chuyên gia chủ chốt;
- Hồ sơ năng lực và portfolio các dự án tương tự;
- Đề xuất kỹ thuật, phương pháp, kế hoạch tiến độ và nhân sự;
- Đề xuất tài chính trọn gói, nêu rõ thuế và các chi phí liên quan;
- Thông tin liên hệ của tối thiểu 02 đơn vị tham chiếu (nếu có).

Cách thức nộp hồ sơ:

- Qua email: huongthao@idea.org.vn hoặc huongnguyen@idea.org.vn
- Tiêu đề email: **Hồ sơ tư vấn Hoạt động 6.3.3 – Sản xuất video, ảnh và nội dung truyền thông – Dự án PWG**
- Qua đường bưu điện: Trung tâm Nghiên cứu và Hành động vì sự Phát triển Hòa nhập (IDEA), nhà số 2, ngõ 228 Âu Cơ, phường Hồng Hà, thành phố Hà Nội.

Thời gian tuyển tư vấn:

- Thời gian nhận hồ sơ: từ ngày 05/8/2026. đến hết ngày 20/8/2026
- Dự kiến phỏng vấn/làm rõ hồ sơ: từ ngày 21 - 22/8/2026;
- Dự kiến thông báo kết quả: ngày 23/8/2026;
- Thời hạn cuối nhận hồ sơ: trước 17 giờ 00, ngày 20/8/2026. (giờ Việt Nam)

XIII. NGƯỜI LIÊN HỆ

Mọi thông tin cần biết, vui lòng liên hệ chị Trần Thị Hương Thảo - Cán bộ dự án, email: huongthao@idea.org.vn; điện thoại: 0935076537.